

iscte

INSTITUTO
UNIVERSITÁRIO
DE LISBOA

Estereótipos de género nos filmes das princesas da Disney:
um estudo a partir de crianças do ensino básico

Margarida Pinheiro Rodrigues

Mestrado em Estudos e Gestão da Cultura

Orientadora:

Doutora Sandra Palma Saleiro, Professora Auxiliar Convidada
e Investigadora Integrada

CIES – Iscte-Instituto Universitário de Lisboa

setembro, 2023



**SOCIOLOGIA
E POLÍTICAS PÚBLICAS**

Departamento de História

Estereótipos de género nos filmes das princesas da Disney:
um estudo a partir de crianças do ensino básico

Margarida Pinheiro Rodrigues

Mestrado em Estudos e Gestão da Cultura

Orientadora:

Doutora Sandra Palma Saleiro, Professora Auxiliar Convidada
e Investigadora Integrada

CIES - Iscte-Instituto Universitário de Lisboa

setembro, 2023

Resumo

Os filmes das princesas da Disney são ícones na vida de milhões de crianças. Estas histórias e personagens influenciam os gostos das crianças e têm a capacidade de moldar o pensamento destas. Desde os primeiros filmes da Disney, até à época atual, que estes são considerados como veículos de estereótipos de género. As princesas da Disney são representadas de forma estereotipada, podendo contribuir para a socialização de género das crianças, nomeadamente nas representações dos ideais e papéis de género.

A presente dissertação propõe uma análise do modo como as crianças – raparigas e rapazes – veem as princesas da Disney e em que medida se identificam com as mesmas. Para tal, acionou-se o método quantitativo, com recurso ao inquérito por questionário. O inquérito foi aplicado a uma amostra de 95 crianças, entre os oito e os 12 anos, provenientes de duas escolas da região centro do país. O instrumento continha questões relacionadas com a opinião e a relação destas crianças com os filmes e as princesas da Disney, e ao modo como atuam em raparigas e rapazes.

A partir dos dados analisados foi possível compreender as assimilações que estas crianças fazem dos estereótipos presentes nos filmes e como estes são, e não são, reproduzidos nas suas brincadeiras e opiniões. Os dados permitiram perceber as diferenças e as semelhanças entre géneros e como a evolução dos temas é notada e valorizada por estas crianças. Desta forma, foi possível verificar a preferência destas crianças por princesas da era moderna, existindo uma maior identificação com estas.

Palavras-chave: género, estereótipos de género, princesas da Disney, crianças, media

Abstract

Disney princess films are an icon for millions of children. These stories and characters influence children's tastes and can shape their thinking. Since Disney's first films until the present time, these movies are considered as vehicles for gender stereotypes. Disney princesses are represented in a stereotypical way, and can contribute to the gender socialization of children, particularly in the representations of gender ideals and roles.

This dissertation proposes an analysis of how children - girls and boys - see Disney princesses and to what extent they identify with them. To this end, the quantitative method was used, using a questionnaire survey. The survey was applied to a sample of 95 children, between 8 and 12 years old, from two schools in the central region of the country. The instrument contained questions related to the opinion and relationship of these children with Disney movies and princesses, and the way they act in girls and boys.

From the data analysed it was possible to understand the assimilations that these children make of the stereotypes present in the films and how these are, and are not, reproduced in their games and opinions. The data allowed to understand the differences and similarities between genders and how the evolution of the themes is noticed and valued by these children. In this way, it was possible to verify the preference of these children for princesses of the modern era, existing a greater identification with them.

Key-words: gender, gender stereotypes, Disney princesses, children, media

Índice

Resumo.....	i
Abstract	ii
1. Introdução.....	1
2. Género e estereótipos de género.....	3
2.1 O conceito de género	3
2.2 Estereótipos de género na infância	5
2.3 Os <i>media</i> e a (re)produção de estereótipos de género	8
3. As princesas da Disney	10
3.1 Estereótipos, evolução e efeitos nas crianças	10
3.2 Categorias das princesas da Disney.....	12
3.3 Estereótipos de género nos filmes das princesas da Disney	14
3.4 Efeitos nas crianças do engajamento com os filmes das princesas da Disney.....	20
3.5 Padrões de beleza e a beleza nos filmes das princesas Disney	22
4. Metodologia	26
4.1 Método e técnica de investigação	26
4.2 Fase de aplicação do inquérito por questionário.....	28
4.3 Caracterização da amostra	30
5. Resultados.....	31
5.1 Relação com os filmes e as princesas	31
5.2 O que são e o que devem ser as princesas	45
5.3 Características e atividades das princesas	59
6. Conclusão	72
Referências bibliográficas	75
Anexos.....	82
Anexo I- Formulário de autorização para efeitos de investigação.....	82
Anexo II- Questionário	83

Índice de quadros

Quadro 1- Princesa favorita, segundo o género (N e %)	33
Quadro 2- Princesa favorita, segundo o género e a era (N e %)	34
Quadro 3- Preferência de princesa a seguir à princesa favorita, segundo o género (N e %)	36
Quadro 4- Motivo para ser a princesa favorita, segundo o género (N e %)	38
Quadro 5 -Princesa que fingem ser nas brincadeiras, segundo o género (N e %)	41
Quadro 6- O que fazem para fingirem ser princesas, segundo o género (N e %)	43
Quadro 7- O que é ser uma princesa, segundo o género (N e %)	46
Quadro 8- O que gostariam de ser ou ter da princesa favorita, segundo o género (N e %)	48
Quadro 9- Se pensam que as princesas não conseguem fazer certas coisas, segundo o género (N e %)	52
Quadro 10- O que as princesas são, segundo o género (N e %)	54
Quadro 11- Princesa mais bondosa, segundo o género (N e %)	60
Quadro 12- Princesa mais forte, segundo o género (N e %)	61
Quadro 13- Princesa mais inteligente, segundo o género (N e %)	63
Quadro 14- Princesa mais bonita, segundo o género (N e %)	65
Quadro 15- Atividades que as princesas gostam, segundo o género (N e %)	66
Quadro 16- Qual o tipo de princesa que pretendem ver num novo filme da Disney, baseado em características físicas, segundo o género (N e %)	68
Quadro 17- Qual o tipo de princesa que pretendem ver num novo filme da Disney, baseado em características psicológicas e de personalidade, segundo o género (N e %)	69
Quadro 18- Qual o tipo de princesa que pretendem ver num novo filme da Disney, baseado em princesas específicas, segundo o género (N e %)	71
Quadro 19- Qual o tipo de princesa que pretendem ver num novo filme da Disney, baseado na nacionalidade, segundo o género (N e %)	71

Índice de gráficos

Gráfico 1- Género dos/as alunos/as	30
Gráfico 2- Ano de escolaridade dos/as alunos/as	30
Gráfico 3- Ano de escolaridade, segundo o género (%)	30
Gráfico 4- Frequência de visualização dos filmes das princesas, segundo o género (%)	31
Gráfico 5- Brincam a fingir que são princesas (%)	40

1. Introdução

Os filmes de animação são uma das maiores fontes de entretenimento para milhões de crianças de todo o mundo (Towbin et al., 2004). Os filmes das princesas da Disney estão presentes nos *media* desde 1937, com o lançamento de *Branca de Neve e os Sete Anões* e, a partir do mesmo ano, este franchise entrou na vida de milhões de crianças e moldou o crescimento de muitas destas.

De acordo com Ward e Grower (2020), a exposição aos *media* na infância impacta o desenvolvimento psicológico das crianças, uma vez que neste estágio a consciência e a mente estão ainda em construção. Nesta fase, as crianças estão propícias a absorver as noções e princípios que as rodeiam, devido ao seu olhar atento.

Desenvolvida por Walt Disney, a Disney fascinou e continua a encantar várias gerações, com os diferentes tipos de *media* que possui. Esta corporação invadiu as casas de indivíduos de diferentes nacionalidades e culturas, e estabeleceu-se como fonte principal de entretenimento. O lançamento dos filmes das princesas tornou-se um fenómeno de bilheteiras, entrando na vida de rapazes e raparigas que anseiam por se conectar com as personagens que consomem nos *media* (May, 2011). Para as crianças que assistem a estes filmes, as princesas passaram a servir de base para a sua construção identitária, uma vez que lhes são transmitidas mensagens, conhecimentos e valores. Nesta disseminação de ideais, as crianças acedem a representações de género, fazendo a associação de papéis de género a partir do que veem no ecrã.

A partir das análises do conteúdo dos filmes das princesas da Disney contempladas em vários estudos (Golden e Jacoby, 2017; Higgs, 2016; May, 2011; Orenstein, 2011; Towbin et al.; Wiersma, 2000; Wohlwend, 2009) admite-se a transmissão de mensagens de estereótipos de género e dos papéis associados a este. Os primeiros filmes das princesas reforçam estes estereótipos e transmitem os valores patriarcais do contexto em que foram criados. No entanto, verifica-se que os filmes mais recentes das princesas tentam combater estes estereótipos iniciais e concentram-se em construir personagens femininas heroínas, ainda que não consigam livrar-se completamente destes.

Para além do meu interesse pessoal nas questões de género, o estudo dos estereótipos de género nos filmes das princesas da Disney e o seu impacto na infância, trata-se de um tema pertinente devido à carência de estudos da relação entre estes dois no contexto português. Uma vez que estes filmes são extremamente populares e são consumidos por milhões de crianças em todo o mundo, surge a necessidade de estudar a repercussão destes filmes nas vidas das crianças portuguesas e analisar a perceção que

estas têm face aos estereótipos presentes nas princesas da Disney, bem como os gostos e preferências destas crianças.

Esta dissertação propõe-se, a partir de uma amostra de crianças com idades compreendidas entre os oito e os 12 anos que frequentam duas escolas de 3º e 4º ano do centro do país, averiguar a perceção das crianças portuguesas relativamente às princesas da Disney e à sua identificação com as mesmas em aspetos como: o impacto destes filmes em raparigas e rapazes, as preferências de princesas destas crianças, qual o impacto destes filmes no seu quotidiano e nas suas brincadeiras, perceber o significado de beleza feminina, perceber qual é a ideia de feminilidade e, por fim, quais os tipos de características que estas crianças procuram nas princesas da Disney.

O presente trabalho foi dividido em três partes: a primeira apresenta um enquadramento teórico acerca do género, contemplando as definições dos termos sexo, género e fazer género e contextualizando-as nas representações sociais. São abordados também, neste capítulo, os papéis de género e os estereótipos de género e a interligação destes com os filmes das princesas da Disney. A segunda parte contempla a metodologia quantitativa utilizada para a pesquisa, com recurso ao inquérito por questionário, e são apresentadas as estratégias de recolha e análise. Por fim, a terceira parte apresenta e analisa os dados provenientes do inquérito por questionário, suportados pela teoria anteriormente discutida e apresentados em formato de gráficos e quadros.

2. Género e estereótipos de género

2.1 O conceito de género

A história do género surge frequentemente associada aos estudos sobre mulheres e à história de mulheres, coincidindo com a chegada das mesmas a posições de poder na política e na economia. O termo “género” decorre do pensamento feminista e a autora Simone de Beauvoir (1949) foi das primeiras eruditas a distinguir sexo de género na sua obra *O Segundo Sexo*. Beauvoir, nesta obra publicada em 1949, abordou o significado de ser mulher e como a feminilidade e a identidade de género se constroem ao longo do tempo. Importante figura na história do feminismo do século XX, Beauvoir defendeu o género como algo que é construído social e historicamente e o sexo como algo apenas biológico. Foi em *O Segundo Sexo* que a filósofa escreveu a sua célebre frase “Não nascemos mulheres, tornamo-nos mulheres”, que viria a ser crucial para a reflexão dos significados de género e de sexo, que outras intelectuais feministas viriam a aprofundar nos anos seguintes.

É durante a segunda vaga do feminismo que verificamos a primeira tentativa de distinguir os conceitos de “sexo” e “género”. Os termos sexo e género são constantemente confundidos e utilizados como sinónimo e, seguindo Beauvoir (1949), a socióloga Ann Oakley, em 1972, na sua obra *Sex, Gender and Society* desenvolveu a diferença entre ambos. De acordo com a autora, o género constrói-se socialmente e é resultado do meio em que o indivíduo está inserido e das interações que tem com os outros. Oakley defende que o género é criado no seio da sociedade, uma vez que esta e os seus indivíduos atribuem traços, comportamentos e valores aos próprios indivíduos tendo em conta o seu sexo biológico.

Em *Feminism and History*, Joan Scott (1986) considera que o género não é algo óbvio ou fácil de compreender, não sendo fixo e tratando-se de uma construção política. A autora observa que o termo “género” já em 1986 era empregue nos discursos das feministas e usado como resposta às várias críticas que surgiram acerca da história do género estar a ofuscar a história das mulheres. Scott propõe analisar esta última e as desigualdades entre géneros a partir da história do género. As perceções de género e o fosso da desigualdade entre o papel do homem e o da mulher ao longo da história, vistos a partir da história do género, permitiram uma visão mais clara e estruturada das relações de poder, revelando as assimetrias nas representações associadas ao género (Amâncio, 1992; Scott, 1986).

O trabalho inicial de Scott permitiu que nos Estados Unidos da América, os estudos e as obras das feministas passassem a referir-se ao género como algo mais abrangente e com um impacto cultural, social e histórico que até então não era discutido. Apesar de a autora atribuir o nascimento do termo “género” ao movimento feminista dos anos 1970, admite o uso do termo antes dos anos 1950. Nos anos 1950, Joan Hampson, John Hampson e John Money

compõem artigos acerca da condição intersexo e apresentam o género como parte da literatura científica, afirmando que o mesmo era aprendido muito cedo na infância, tal como uma língua, mas que o sexo não definia o papel de género (Meyerowitz, 2008).

Num contexto mais recente, Vicki Helgeson na sua obra *Psychology of Gender* (2012) propõe também a distinção entre estes dois termos e defende que o sexo está relacionado com as componentes biológicas femininas e masculinas que, à partida, são de difícil mutação como os genes, as hormonas e os cromossomas (Helgeson, 2012). Por seu lado, o género está associado a questões sociais e de categorizações impostas pela sociedade ao masculino e ao feminino, isto é, a sociedade designa papéis aos sexos masculino e feminino consoante as associações psicológicas que faz aos mesmos (Helgeson, 2012).

A História revela que a sociedade necessita de estruturação e, como tal, distingue imediatamente os seus indivíduos em grupos: homem e mulher. O sexo é visto na sociedade como um fator que distingue e identifica os indivíduos, no entanto nem sempre a biologia reflete aquilo que um indivíduo sente, nem como se comporta. Assim, percebemos que o sexo reflete a biologia e o género constrói-se através de representações e símbolos para ambos os sexos (Auad, 2006).

É a partir da segunda metade dos anos 1980 que a abordagem etnometodológica do *fazer género* passa a ser mais conhecida, apesar de ganhar contornos desde 1967. É nesse ano que Garfinkel (1967) apresenta um estudo de caso de uma pessoa biologicamente do sexo masculino, mas que se apresentava como sendo do género feminino e, a partir deste exemplo de exceção, Garfinkel pretendeu estudar a regra de como o género tem um carácter performativo para todas as pessoas e não apenas para aquelas que na altura eram percebidas como intersexo.

Uma década mais tarde, Kessler e McKenna (1978) retomam a análise de Garfinkel (1967). Continuando a adotar uma perspetiva etnometodológica, apresentam o género como algo que é construído no dia a dia e a transexualidade como o maior exemplo desse ato de construção. No entanto, foram os sociólogos West e Zimmerman (1987) que popularizaram o termo *fazer género*, propondo o género como uma produção que ocorre recorrentemente no quotidiano. Os autores, em primeiro lugar, separaram os conceitos sexo, género e categoria de sexo e, decorrente desta categorização, afirmaram que o género se faz por meio de ações sociais complexas realizadas por indivíduos, mas sempre num contexto de socialização com a presença de outros, onde são expressas situações comumente associados ao feminino e ao masculino (West e Zimmerman, 1987). Os comportamentos sociais que os indivíduos têm em relação com os outros estão interligados com características construídas do que é de

natureza feminina e de natureza masculina, colocando o gênero no centro da socialização, seja ela emocional, discursiva ou comportamental (West e Zimmerman, 1987).

Já no contexto português, Maria do Mar Pereira (2012) realizou uma investigação etnográfica com adolescentes numa escola em Lisboa. Neste estudo, a socióloga refutou a ideia de voluntariedade do gênero, afirmando que o gênero resulta de processos de negociação das regras sociais (Pereira, 2012). Pereira faz uma análise de como os adolescentes, naquele meio escolar, fazem as negociações das regras de gênero através das suas interações. A socióloga observou, a partir dos diálogos dos adolescentes, que o gênero estava a ser construído, que estava contido em normas padronizadas e que o comportamento dos jovens estava a ser negociado (Pereira, 2012).

Com a popularização do termo surgiram estudos que contrariavam esta questão binária do gênero e propunham o termo *refazer o gênero*. Ao passo que West e Zimmerman (1987) estudam o gênero a partir de uma abordagem etnometodológica, analisando as interações sociais, a filósofa Judith Butler envereda por uma abordagem discursiva e pós-estruturalista.

Na obra *Gender Trouble* (1990), a autora cunha o termo performatividade de gênero. Butler (1990) afirma que o gênero não é uma característica que é inerente ou nasce com o ser humano, mas sim um conjunto de performances praticadas nas interações sociais, isto é, em vez dos indivíduos “serem” homem ou mulher, eles “agem” de acordo com os ideais criados de homem e mulher. Estes atos são, ao mesmo tempo, resultado das interações na sociedade, mas também são eles que reforçam as normas sociais. A autora explica como estas performances projetam uma ideia de um sexo binário e afirma como deve ser criado na sociedade o “*gender trouble*”, no sentido de quebrar com os ideais de sexualidade, de sexo e de gênero binários (1990).

2.2 Estereótipos de gênero na infância

Se o gênero não é inato, ele é feito e refeito logo desde a infância. É logo nessa fase da vida que as crianças são expostas e socializadas nos estereótipos de gênero e aprendem os papéis de gênero. Como refere Blackstone (2003), “Os papéis de gênero são baseados em diferentes expectativas que indivíduos, grupos e sociedades têm de indivíduos com base no seu sexo e com base nos valores e crenças de cada sociedade, acerca do gênero” (2003: 335). Os papéis de gênero traduzem-se em comportamentos, ações e atitudes diretamente relacionados não só com identidades específicas, mas também com estereótipos.

A sociedade define o que significa ser mulher ou homem, decretando traços e tipos de comportamento que estes têm de manifestar e são reforçados através da comunicação social

e do consumo e uso de peças de vestuário e produtos (Cardona et al., 2011). Cardona et al. (2011) afirmam que os estereótipos são criados a partir de crenças que expressam a ideia do que é ser homem ou mulher e que estes estereótipos delimitam aquilo que estes devem expressar na sociedade, bem como aquilo que não devem expressar ou ser.

Os papéis de género caracterizam-se pelos papéis que o homem e a mulher devem ocupar na sociedade consoante o seu sexo (Blackstone, 2003). No pensamento tradicional e ocidental, o papel de género feminino é associado a sentimentos de carinho e afeição e, como tal, a sociedade impõe que a mulher deve ter comportamentos que os reflitam, nomeadamente no seio da sua família (Amâncio, 1992; Blackstone, 2003). Relativamente ao género masculino, de acordo com a visão tradicional, este é exepetável que seja um líder, não só na sociedade, mas também no seio da família como principal fonte de rendimento. Deste modo, o discurso relativo ao género “envolve a construção da masculinidade e da feminilidade como polos opostos e a essencialização das diferenças daí resultantes” (Nogueira, 2001: 56).

O género é uma categoria que impacta diretamente as relações sociais e é este que explica como os indivíduos sociais são compostos por normas, símbolos e instituições (Scott, 1986). Associado ao género estão as relações de género, caracterizadas como evolutivas e complexas. Apesar de os homens e as mulheres terem posições distintas na sociedade, é o homem que está associado a posições de poder (Macedo, 2002). É com a introdução do conceito de género nos anos 1970 que a luta feminista rejeita a condição de desfavorecimento que a mulher sofre em relação ao homem, uma vez que a posição da mulher na sociedade está dependente de questões históricas, políticas e de construção social e não da natureza (Bock, 1991).

A necessidade constante de organização dos indivíduos na sociedade pelas suas características biológicas tem impacto no modo como estes se veem a si e aos outros, e no modo de pensar. Os estereótipos de género são reforçados por relações de poder que promovem as desigualdades entre sexos (Shocron, 2018).

De acordo com Ruble et al. (2006), os estereótipos de género têm uma grande influência em várias áreas do nosso desenvolvimento psicológico, como a memória, concentração, perceção, preferências, inclinações e comportamentos no seio social. Na infância, as crianças absorvem os comportamentos daquilo que está ao seu redor como os pais e amigos, no entanto os *media* representam uma das fontes principais onde as crianças aprendem as normas de género (Ward e Grower, 2020).

As conotações associadas aos géneros são passadas de geração em geração e inculcadas aos indivíduos desde o seu nascimento. Estas associações, caracterizadas pela sua generalização, trazem, muitas vezes, impedimentos ao desenvolvimento dos indivíduos, uma

vez que ações e atitudes que fujam a estas conotações de género são desaprovadas e condenadas (Cardona et al., 2011). É a partir da infância de um indivíduo que as associações ao género se tornam evidentes através da escolha de brinquedos para pessoas do sexo masculino e do feminino. Os rapazes brincam com instrumentos de construção e que apelam ao lado criativo, enquanto os brinquedos publicitados para as raparigas são relacionados com a vida doméstica e a maternidade (Block, 1984). Este aspeto revela a desigualdade entre géneros e condiciona o desenvolvimento pessoal e cognitivo do indivíduo no modo de lidar com problemas (Block, 1984).

O estudo do impacto dos estereótipos de género no desenvolvimento social das crianças ganhou força nos Estados Unidos da América, a partir dos anos 1960 (Peterson e Lach, 1990). Vários autores focaram a sua análise em certos tipos de *media* destinados a crianças como os livros infantis, e concluíram que os mesmos assentavam em estereótipos de género: as personagens femininas exibiam características de fragilidade com uma forte ligação à beleza e as personagens masculinas eram representadas como fortes e corajosas (Peterson e Lach, 1990).

O estudo realizado por Weitzman et al. em 1972, passou a ser referência no estudo do género nos livros infantis, em particular dos que receberam prémios devido à sua popularidade. Este estudo, assim como outros que o sucederam (Patt e McBride, 1993) revelou uma disparidade na representação feminina e masculina nos livros infantis, uma vez que as personagens femininas eram menos representadas nas histórias, tendo papéis secundários (Weitzman et al., 1972). O estudo abordou o sexismo presente nas histórias dos livros infantis premiados em questões como traços de personalidade e valências, em que as personagens femininas têm traços de passividade e submissão ao contrário das personagens masculinas que se apresentam como aventureiros e destemidos (Weitzman et al., 1972). Outro aspeto sexista presente nos livros foi a necessidade que as personagens femininas mostravam em obter a aprovação do homem e a sua ajuda, bem como a reduzida representação feminina em empregos que não fossem ligados ao cuidado do lar (Weitzman et al., 1972).

Os estudos relativos aos estereótipos de género presentes nos livros infantis vieram comprovar como as representações sexistas e estereotipadas impactam o desenvolvimento e o crescimento da criança (Peterson e Lach, 1990; Steyer, 2014; Weitzman et al., 1972). Weitzman et al. (1972) defenderam que a constante sub-representação de personagens femininas nos livros infantis, bem como a representação da beleza nas personagens femininas, transmite às crianças que a mulher não é igual ao homem e tem menos valor do

que este, e que o seu valor advém da beleza física, insinuando que as raparigas não necessitam de ter tantas aspirações como os rapazes.

No caso português, destaca-se o estudo de Andreia Nunes (2017) na sua dissertação de mestrado. A autora foca a relevância da discussão dos livros infantis no crescimento das crianças, focando-se na perceção destas dos papéis de género e na observação da presença de estereótipos de género nos livros infantis que receberam prémios. Nunes (2017) elaborou uma grelha de análise de modo a investigar os estereótipos de género nos livros infantis e concluiu que a presença destes continua a ser muito frequente atualmente, representados, por exemplo, no tipo de profissões das personagens femininas e das masculinas, nas famílias convencionalmente heterossexuais e na diferença dos traços de personalidade das personagens masculinas e femininas. No entanto, a autora sublinha que os livros selecionados não eram totalmente repletos de estereótipos de género, constatando a presença de mensagens não só estereotipadas, mas também que contradizem certos estereótipos de género.

O foco dos estudos dos estereótipos de género nos produtos destinados às crianças partiu da literatura infantil, mas rapidamente progrediu para outras áreas como os *media*. Vários autores dedicaram-se a analisar o impacto que os media, principalmente a programação da televisão, têm no desenvolvimento infantil (Aubrey e Harrison, 2004; Eisenstock, 1984). Embora estes estudos se foquem maioritariamente na programação mais popular das televisões americanas, grande parte desta programação é também transmitida em vários países, evidenciando a influência que a televisão americana tem no mundo também ao nível da reprodução de estereótipos de género entre as camadas mais jovens (Steyer, 2014).

2.3 Os *media* e a (re)produção de estereótipos de género

Os *media* são uma forte presença na sociedade e o seu constante consumo tem impacto no quotidiano das pessoas. De acordo com Behm-Morawitz e Mastro (2008), os *media* não são apenas fontes de informação, mas são também poderosas fontes que condicionam as perceções dos indivíduos, afetando questões como crenças, valores, ideias, perspetivas, etc. Os *media* transmitem papéis de género e expectativas que os homens e as mulheres devem cumprir enquanto seres sociais e, uma vez que estes papéis de género se baseiam em estereótipos, os indivíduos são constantemente bombardeados por este meio em relação a estas expectativas (Behm-Morawitz e Mastro, 2008). De acordo com o estudo de Coyne et al. (2022) que focava o consumo de conteúdos televisivos de super-heróis em rapazes, foi possível concluir que os comportamentos e os estereótipos de género representados nos *media* têm impacto nos comportamentos de género na realidade.

Os conteúdos presentes nos *media* têm sido largamente estudados, no sentido de observar a representação da orientação sexual, género, raça, sexo e idade. No que toca ao conteúdo televisivo, o estudo de Signorielli e Bacue (1999) revelou que, comparativamente aos homens, as mulheres têm menos representação, sendo que grande parte das personagens são homens. O estudo mostrou também que as mulheres representadas nos conteúdos televisivos revelam ser mais novas e mais magras em comparação com as personagens masculinas (Signorielli e Bacue, 1999).

A análise de conteúdos dos *media* de Ward e Grower (2020), identificou um conjunto de estereótipos de género presentes em conteúdos destinados a crianças e jovens. Neste estudo, as autoras agruparam vários trabalhos anteriores relativos aos conteúdos dos *media* e de programações, e colocaram-nos em categorias de estereótipos. Em primeiro lugar, perceberam os homens e as mulheres representados nos *media* estavam sujeitos a que a sua personalidade se baseasse em aspetos físicos, mas traços como a beleza e aspeto físico caíam, maioritariamente, nas mulheres e raparigas. De seguida, analisaram os estereótipos de traços de personalidade em ambos os sexos e perceberam que atributos como agressividade e violência estavam associados a personagens masculinas, enquanto as personagens femininas estavam associadas a traços mais serenos e educados. Ainda outra categoria de estereótipos que as autoras analisaram tem a ver com a atribuição de empregos e ocupações, sendo que as mulheres nos *media* são maioritariamente colocadas em cenários de lides domésticas e de educação dos filhos, enquanto os homens são associados a empregos com cargos importantes nas ciências, matemáticas engenharias, etc. e desajeitados para trabalhos domésticos. Por fim, Ward e Grower (2020) analisaram a categoria das relações amorosas nos *media* e perceberam que a sua representação é, na maioria, heterossexual. As autoras distinguem a busca pelo afeto entre o sexo masculino e o sexo feminino, em que o primeiro está associado à procura de relações sexuais e observam a objetificação da mulher, e o segundo está relacionado com a valorização de emoções em detrimento da relação sexual e a utilização do seu corpo para atrair o sexo oposto (Ward e Grower, 2020).

No âmbito do impacto dos *media* no crescimento das crianças, a questão cognitiva foi largamente discutida e um dos autores que se destaca nesta área é Albert Bandura. Bandura (2001) formulou a teoria social cognitiva, na qual propõe que as crenças e as normas sociais são apreendidas através da relação que o indivíduo tem com os conteúdos dos *media* e estes conteúdos vão impactar o comportamento do indivíduo. Ao contrário do que a teoria da cultura de Gerbner (1998) propõe, a qual defende que o consumo contínuo e diário de televisão leva a que os espetadores adotem os mesmos comportamentos visionados, Bandura (2001) defende que a adoção dos comportamentos pelos indivíduos não depende

apenas do constante consumo dos *media*, mas também do tipo de conteúdos e da identificação que o espectador sente com estes. O autor defende que é mais provável que o indivíduo repita os comportamentos que consumiu nos *media*, se se identificar com estes e determinar que as consequências desse comportamento são positivas (Bandura, 2001).

Assim, verifica-se que a exposição das crianças aos vários tipos de *media* tem implicação nos seus comportamentos e na formação de ideias. Os *media* não só produzem, como distribuem representações estereotipadas dos géneros, e as crianças assumem estas representações e perpetuam-nas em relação à imagem que têm de si mesmas e dos outros, bem como nas relações que têm com os seus pares.

Seguindo a teoria de Bandura, May (2011) aplica a ideia de identificação dos conteúdos dos *media* aos filmes da Disney. A autora afirma que o franchise das princesas foi criado pela Disney, de modo que as crianças que assistissem aos filmes conseguissem transportar-se para aquele mundo de fantasia e identificar-se com a princesa do filme (May, 2011). Os filmes da Disney impactam fortemente a vida de milhões de crianças e diferentes gerações, sendo uma área de grande interesse para o estudo do seu impacto no crescimento destas crianças.

A corporação Disney foi criada há mais de 40 anos por Walt Disney e, desde então, tem sido uma forte presença no crescimento das crianças de todo o mundo. Desde a sua criação até à atualidade, que a Disney é uma das maiores líderes na indústria do entretenimento através do contínuo lançamento de filmes de animação. Devido à sua popularidade, houve um particular interesse em se estudar os efeitos da visualização dos filmes da Disney nas crianças e jovens. Uma vez que as crenças, as ideias e os valores se alteram na sociedade com o passar dos anos, é natural que os temas dos filmes da Disney também se alterem de modo a conseguirem identificar-se com os gostos e interesses das crianças numa dada década.

3. As princesas da Disney

3.1 Estereótipos, evolução e efeitos nas crianças

Walter Elias Disney nasceu no ano de 1901 em Chicago, Illinois. Walt era o quarto de cinco irmãos e os seus pais Elias Disney e Flora Call trabalhavam como agricultor e professora primária, respetivamente. Esta família mudou várias vezes de morada nos Estados Unidos e Walt ficou incumbido de cuidar da sua família à medida que os seus irmãos ganhavam a sua independência. Ao longo da sua infância, Walt não demonstrava entusiasmo pela escola, no entanto, já na sua adolescência mostrou um particular interesse pelo desenho. Decidido a enveredar pelo caminho artístico, fez um curso de Artes que foi interrompido enquanto lutava

na Primeira Guerra Mundial em 1918. Em 1919 Walt voltou da guerra e dedicou-se novamente à sua carreira artística, tentando a sua sorte como artista de *cartoons* (Bryman, 1995).

Foi graças ao seu irmão Roy que Walt trabalhou como artista de *cartoons* em cinemas, revistas e jornais. Roy apoiou grandemente o sonho de Walt e juntos, em 1923, fundaram a empresa Disney Bros Studio que mais tarde viria a chamar-se The Walt Disney Company. Margaret Winkler foi a distribuidora que contratou a dupla para que produzissem filmes e criassem personagens (Roberts, 2015). Disney criou a personagem de Oswell, mas rapidamente virou a sua atenção para o desenvolvimento de uma nova personagem em 1928: o Rato Mickey (*Mickey Mouse*). O Rato Mickey ganhou maior fama a partir de 1930, década na qual Walt Disney desenvolveu algumas curtas como as *Silly Symphonies* e, em 1937, lançou a longa-metragem da Branca de Neve e os Sete Anões (Roberts, 2015).

O lançamento do filme foi um sucesso do qual os irmãos arrecadaram uma generosa quantia que lhes permitiu abrir mais estúdios e focarem-se em novas longas-metragens. A partir dos anos 1940 a empresa cresceu exponencialmente, apostaram nos conteúdos da televisão, novos filmes como a Cinderela e A Bela Adormecida foram lançados ao público e o parque de diversões Disneyland abriu as suas portas em 1955 (Roberts, 2015).

No ano de 1966, Walt Disney sofre um ataque cardíaco e acaba por morrer em dezembro do mesmo ano. Após a sua morte, Roy assume o poder da empresa como CEO e presidente. Em 1971, Roy Disney morre e passa a empresa para a responsabilidade de Donn Tatum que nomeia como presidentes Card Walker e Ron Miller. Em 1984, Michael Eisner torna-se presidente da empresa e Frank Wells é CEO. Após a morte de Roy, a empresa produziu algumas curtas e filmes que foram um fracasso de bilheteiras e o destino da empresa tornou-se incerto (Roberts, 2015). No entanto, Eisner manteve a sua posição até 2005 e produziu filmes como *A Bela e o Monstro* e *A Pequena Sereia* que se tornaram num sucesso e asseguraram a sobrevivência da empresa.

No final dos anos 1990, o departamento de marketing da Disney percebeu que existia potencial ainda não alcançado com os filmes das princesas (Roberts, 2015). Em 2001 é criada uma ação de publicidade e marketing associada a novos produtos alusivos a cada princesa. Esta campanha é principalmente direcionada a crianças do sexo feminino para que estas se identifiquem com as personagens e, assim, queiram comprar brinquedos, roupas, etc., que estejam relacionadas com a princesa com a qual se identificaram (Orenstein, 2006).

3.2 Categorias das princesas da Disney

Ainda que os papéis de género femininos e masculinos sejam evidentes nos filmes das princesas e apresentem uma distinção muito vincada, são as princesas e os papéis de género femininos que mais se alteram à medida do tempo.

O alinhamento das princesas da Disney é composto por três eras assentes nas três vagas feministas: a clássica, a do renascimento e a nova era (era moderna) (Higgs, 2016). A primeira era de princesas é a Clássica e é composta pelos filmes *Branca de Neve e os Sete Anões* (1937), *Cinderela* (1950) e *Bela Adormecida* (1959). Depois de uma pausa de 29 anos, a Disney lança finalmente longas-metragens que se inserem na era do Renascimento: *A Pequena Sereia* (1989), *A Bela e o Monstro* (1991), *Aladdin* (1992), *Pocahontas* (1995) e, por fim, *Mulan* (1998). A terceira era, conhecida como a Nova Era ou Era Moderna, contém os filmes da *Princesa e o Sapo* (2009), *Entrelaçados* (2010), *Brave* (2012), *Frozen* (2013) (England et al., 2011) e *Moana* (2016). Ainda mais recentemente, a Disney lançou uma nova princesa com o filme *Raya e o Último Dragão* (2021) que se insere, também, nesta era moderna.

Todos estes filmes representam elementos da sociedade em que estavam inseridos, sendo que a grande maioria transmite a tradicional visão estereotipada de mulheres e homens. Uma vez que estas representações da mulher nos filmes estão relacionadas com o contexto social, cultural e histórico nos quais são realizados, é natural que a Disney represente personagens baseadas nos valores da sociedade em que se insere e, através dos *media*, sejam facilmente divulgadas como diretrizes sociais.

Higgs (2016) estudou as temáticas dos filmes das princesas da Disney e contextualizou historicamente estas três eras de princesas. No seu estudo, o contexto histórico é referente aos Estados Unidos da América, já que os filmes foram aí desenvolvidos. O autor justificou a temática da primeira era de filmes explicando o contexto de guerra e do pós-guerra em que se inseriam. Durante a Segunda Guerra Mundial, as mulheres ficaram encarregues de sustentar a sua família, indo em busca de empregos normalmente associados ao homem, e os trabalhos domésticos ficaram totalmente ao seu encargo. Apesar da necessidade que as mulheres sentiram em arranjar empregos para sustentarem-se a si e à sua família, a sociedade dos anos 1940 e 1950 criticava esta ideia e reforçava que o homem regressado da Guerra deveria ser o chefe de família, trabalhando para a sustentar, enquanto a mulher deveria ser uma mãe e dona de casa devota ao seu lar e à sua família (Higgs, 2016). Foi nesta ideia de domesticidade que a Disney se inspirou para a criação dos seus três primeiros filmes de princesas, criando estereótipos de pureza, delicadeza e inocência

representados nestas princesas, em que o casamento é a única fonte de felicidade (Higgs, 2016).

Estas primeiras longas-metragens da Disney promovem a ideia de donzela em perigo, enfatizam a domesticidade da mulher e retratam a sua felicidade a completar tarefas domésticas. Além do mais, representam raparigas submissas, bonitas e ingénuas. Esta imagem das princesas é consumida por raparigas na sua infância e transmite a ideia de submissão e de donas de casa perfeitas (Garabedian, 2014). Estas três princesas insinuam que os seus problemas apenas podem ser resolvidos se um homem as salvar, insinuam a fraqueza e a vulnerabilidade da mulher, impotente de se salvar a si própria e procurar o seu lugar no mundo, sem que o seu percurso passe pela maternidade e por cuidar do seu marido.

A segunda era de princesas, de acordo com Higgs (2016), insere-se na terceira vaga feminista que se fazia sentir nos Estados Unidos da América. Esta vaga feminista, na qual a mulher lutava por um lugar crítico na sociedade e combatia os valores patriarcais, obrigou a Disney a abandonar a ideia de mulher submissa. Esta era rompeu com a visão tradicional do controlo do homem sob a mulher e pretendeu representar a personagem principal feminina aproximada à mulher transmitida nos *media* (Higgs, 2016). No entanto, as mensagens dos filmes perpetuavam a ideia de superioridade do homem, numa tentativa de obter, em relação à personagem principal feminina, o consentimento e a aprovação da figura masculina (Higgs, 2016).

Os anos 1960 e 1970 nos Estados Unidos da América foram marcados por mudanças estruturais do papel da mulher na sociedade. Nesta altura assistiu-se à luta da mulher pela igualdade, por oportunidades de emprego, pela igualdade salarial e pela luta contra a discriminação de género (Garabedian, 2014). Nos anos 1980, as mulheres tinham já alcançado alguns dos seus objetivos pela igualdade e, deste modo, a sociedade foi obrigada a evoluir ao nível da representação da mulher (Barber, 2015).

A Disney não ficou indiferente a estas mudanças e, de modo a tentar acompanhar os valores que se faziam sentir nesta altura, adaptou os filmes das princesas lançados entre os anos 1980 e 1990, para representações desapegadas da vida doméstica. *A Pequena Sereia* (1989), *A Bela e o Monstro* (1991), *Aladdin* (1992), *Pocahontas* (1995) e *Mulan* (1998) quebram alguns ideais mais conservadores das princesas da era anterior, ambicionando algo para a sua vida e lutando pela sua liberdade (Barber, 2015). A segunda era de princesas revela ao público o sentido aventureiro destas princesas, a busca por novas situações que rompessem com as suas rotinas e a ambição em conquistar algo que fosse para apenas para o seu usufruto. Estas longas-metragens representam raparigas na procura por independência e que lutam por aquilo em que acreditam. No entanto, estas histórias continuam a perpetuar

a ideia de romance como final feliz. Mulan, ao contrário das outras princesas desta era, foi uma personagem essencial para derrubar este ideal de busca pelo amor. Esta princesa focou os seus objetivos para salvar a sua família da guerra e mostrou a sua bravura e força na luta pelo seu país, papel que, tradicionalmente, era reservado ao homem.

Na terceira era de princesas, verifica-se uma luta contra os ideais defendidos pelas princesas das eras anteriores, procurando a sua independência e concretizando sonhos que não envolvessem apenas o casamento (Higgs, 2016). Nesta era, os filmes *Princesa e o Sapo* (2009), *Entrelaçados* (2010), *Brave* (2012), *Frozen* (2013), *Moana* (2016) e *Raya e o Último Dragão* (2021) distanciam-se da representação das princesas da primeira era e tentam acompanhar a evolução dos valores e a posição da mulher na sociedade, ao longo dos anos 2000. Em *Brave*, Merida quebra o estereótipo do casamento; Elsa está encarregue de governar o seu país e não mostra nenhum interesse amoroso, inclusive aconselha a irmã Anna a não casar com um homem que acabou de conhecer; Tiana e Rapunzel têm objetivos e desejos pessoais e lutam para os conseguir alcançar; e Raya e Moana enfrentam sozinhas perigos e obstáculos para restabelecer novamente os seus reinos e libertar os seus habitantes. Apesar de não enaltecerem o trabalho doméstico de forma tão evidente, ou as histórias não serem criadas com o intuito de um príncipe salvar a princesa, certos estereótipos de género continuam a ser contemplados nos filmes das princesas da Disney, mesmo sendo diferentes dos estereótipos dos anos 1930 (Barber, 2015).

3.3 Estereótipos de género nos filmes das princesas da Disney

Alice Neikirk (2009) estudou a evolução dos papéis de géneros em contos de fadas e contos populares. A autora admite que, com o avançar dos anos, estas histórias sofreram alterações e apontam uma evolução dos papéis de género. No entanto, estas mudanças são feitas a partir da visão masculina. Neikirk analisa os contos originais dos irmãos Grimm, adaptados pela Disney, e como esta adaptação foi interpretada por homens. A autora afirma que estas interpretações realizadas pelo sexo masculino deturpam a realidade feminina e criam personagens femininas baseadas em valores patriarcais (Neikirk, 2009). Estas adaptações exibem personagens estereotipadas, em que as personagens femininas são caracterizadas pela sua beleza, jovialidade, passividade e ingenuidade e as masculinas têm o propósito de salvar estas personagens e casarem com elas devido à sua beleza (Neikirk, 2009).

É na infância que as crianças se apercebem que existem diferenças entre géneros e, através da observação, estas imitam os papéis de género ao seu redor para que se consigam posicionar (Golden e Jacoby, 2017). Os estereótipos género obedecem a um conjunto de comportamentos que obriga as crianças, desde muito cedo, a seguirem um padrão de papéis

que lhe são impostos, sem que consigam ter uma visão crítica do seu próprio género. No mundo das crianças, uma das fontes de estereótipos de género muito populares são os filmes das princesas da Disney.

Atualmente, a Disney é uma das maiores corporações presentes na indústria dos *media*. É através de recursos como o *merchandise* que a Disney é uma das maiores influências no crescimento das crianças (Towbin et al., 2004). Ainda que o nascimento desta empresa tenha lugar nos Estados Unidos da América, a sua marca é reconhecida a uma escala global: o seu *branding* no entretenimento é reconhecido e consumido no mundo inteiro (England et al., 2011; Robbins, 2014). Deste modo, a análise dos conteúdos da Disney tornou-se uma área de interesse com o intuito de compreender como influenciam as crianças a partir da moral, dos símbolos, dos temas e dos estereótipos que transmitem.

O *franchise* das princesas da Disney ganhou força a partir dos anos 2000. A Disney percebeu que poderia manter a magia destas personagens viva na memória das pessoas e, para isso, criou licenças para o fabrico de produtos como brinquedos, jogos, livros, filmes, séries, estações de rádio, entre muitos outros, alusivos às personagens dos filmes (Towbin et al., 2004). Através destes, a Disney percebeu que a conexão entre personagens e crianças e jovens poderia ser amplificada (May, 2011). Atualmente, o *franchise* das princesas está repleto de produtos com variados propósitos, tornando-se praticamente impossível escapar à sua influência, algo que é criticado por Orenstein (2011), propondo a sua experiência pessoal como exemplo. A autora desaprova a oferta excessiva de produtos das princesas da Disney, uma vez que não deixam espaço para produtos mais diversificados, limitando as crianças no tipo de atividades que praticam, segundo a autora. Orenstein (2011) reconhece o poder que o *franchise* das princesas tem nas crianças, principalmente em raparigas, pois este controla e impõe na sociedade a suposição do que é ser feminina, através da contínua repetição do físico *standard* das princesas e das suas atividades.

Os produtos alusivos aos filmes originais, nem sempre correspondem fielmente àquilo que é representado nas longas-metragens. Em 2012 com o filme *Brave*, Merida destacou-se das outras princesas pelo seu físico e pelas roupas que contrastam com a delicadeza associada a outras princesas deste *franchise*. *Brave* foi um filme de extrema importância, quebrando com a tradicional visão da princesa da Disney, e foi um sucesso de bilheteira no ano do seu lançamento. No entanto, no que toca ao seu marketing e à venda de produtos alusivos a si, Merida sofreu uma remodelação no seu físico: o seu cabelo foi suavizado, as suas roupas foram redesenhadas revelando os seus ombros e a realçando os seios, a sua cara foi igualmente suavizada, tornando os seus lábios mais cheios e o seu arco e flecha icónico foi simplesmente retirado.

Esta princesa não foi o único alvo desta nova configuração: Mulan e Pocahontas sofreram também alterações nas suas feições, de modo a corresponderem aos ideais ocidentais. Estas mudanças são visíveis através de lábios mais cheios, tez mais brancas, corpos mais magros e curvilíneos e narizes pequenos. Devido à multitudine de críticas dos consumidores face a esta questão, a Disney foi obrigada a repensar estas novas configurações, fazendo pequenas alterações nos *websites* destas princesas para que remontassem à imagem do filme.

Wohlwend (2009) analisa as princesas da Disney e como estas são muito mais do que meras personagens num ecrã, estabelecendo-se como ícones da infância de milhões de crianças. Estas personagens, apesar de terem histórias e contextos distintos, assemelham-se no tipo de mensagem que transmitem: jovens com intenções puras, mas ingénuas, que se sacrificam, mas em última instância encontram o amor e têm um final feliz (Golden e Jacoby, 2017; Wohlwend, 2009). Deste modo, as crianças absorvem esta personagem feminina retratada de forma unidimensional e conseguem retirar do filme certos papéis de género, principalmente presentes nos filmes mais antigos da Disney. Os efeitos dos estereótipos de género nas crianças são continuamente objeto de estudo, de forma a compreender que conceções de feminilidade é que estes filmes transmitem e, até mesmo, os efeitos que estes têm no desenvolvimento destas crianças (Golden e Jacoby, 2017).

É expectável que crianças que consomem estes filmes queiram representar aquilo que veem no ecrã, principalmente raparigas dos três aos cinco anos, constituindo um dos principais alvos do *franchise* das princesas (Golden e Jacoby, 2017). São vários os estudos que incidem acerca da exposição das crianças aos estereótipos de género e como estes afetam o seu estado de espírito, a sua saúde mental e a maneira como veem o sexo feminino (Marcotte et al. 2002; Orenstein, 2011). Os estereótipos de género presentes nos filmes das princesas da Disney colocam pressão no crescimento das crianças, para que estas correspondam a um certo tipo de corpo ou tenham determinados gostos, uma vez que transmitem estereótipos de hiper feminilidade e de passividade em situações de stress (Golden e Jacoby, 2017).

Um grupo de investigadores interessados no estudo de estereótipos de género presentes nos *media*, orientou a sua investigação a partir de estruturas feministas e da performatividade de género e percebeu que muito dificilmente as crianças, principalmente raparigas, conseguiriam libertar-se dos papéis de género que lhes são impostos nos filmes das princesas da Disney e todos os *media* associados a estas (Golden e Jacoby, 2017; Linn 2009). De acordo com Linn (2009), a feminilidade é comercialmente vendida pela Disney a crianças e baseia-se em estereótipos relativos a comportamentos, a beleza e a etnias.

Towbin et al. (2004) e Wiersma (2000) elaboraram estudos que permitiram a observação dos conteúdos de vários filmes da Disney, focando-se nas representações de gênero e no tipo de empregos que as personagens têm. Estas investigações identificaram representações de gênero nestes filmes, baseadas nos valores patriarcais dos anos 1940, e a discrepância da variedade de empregos entre as personagens do sexo masculino e do sexo feminino. A análise revelou que as personagens masculinas tinham trabalhos como médicos, músicos, cozinheiros, advogados, entre outras 26 categorias de emprego (Wiersma, 2000). Já as personagens femininas da Disney, apresentam uma grande inclinação para os trabalhos domésticos e encontraram-se apenas quatro categorias de empregos (Towbin et al., 2004; Wiersma, 2000). Ademais, as personagens masculinas nestes filmes são constantemente associadas ao uso da força, são descritos como valentes e heróis e as suas emoções são expressas através de comportamentos físicos e agressivos (Knyazyan, 2017).

A análise destes filmes permitiu ainda concluir que o tipo de relação entre personagens masculinas e personagens femininas se baseia no poder e controlo sobre a personagem feminina. Esta relação pode ser entendida pela criança como uma relação saudável em que o controlo e a autoridade exercida sobre a mulher são formas de expressar amor por esta (Towbin et al., 2004).

De acordo Knyazyan (2017), histórias de contos de fadas, como os filmes de Walt Disney, são pensados e realizados no seio de uma estrutura de patriarcado, que propõe a felicidade da mulher através do casamento e a sua subordinação ao marido/pai. A autora afirma que estas histórias são feitas através do ponto de vista androcêntrico e a felicidade e o sucesso das personagens femininas passam pela passividade e aceitação total da estrutura patriarcal, algo que a autora crê que tem um efeito negativo na noção do que é a feminilidade (Knyazyan, 2017).

O debate acerca da questão da estagnação ou evolução dos filmes da Disney ao longo dos anos, em relação aos papéis de gênero que representam continua muito aceso.

Inspirada por Towbin et al., Davis (2006) foca o seu estudo num ponto de vista qualitativo e observa a representação da mulher nos filmes da Disney que datam até 2003. Caso se realize uma comparação entre filmes de eras diferentes como *Cinderela* (1950), *Bela e o Monstro* (1991) e *Frozen* (2013), facilmente se verifica que os temas são muito distintos e uma clara evolução de papéis de gênero entre os três. Os temas de inexperiência e inércia correspondem às princesas da primeira era e, fazendo uma comparação com as princesas da segunda era, é possível observar uma evolução do seu papel enquanto mulher, já que, algumas delas, revelam autodeterminação, ousadia, esforço e confiança (Davis, 2006; Signorielle e Bacue, 1999).

Contudo, Davis (2006) nota como estes filmes pós primeira era não são representativos de ideais 100% progressivos, no que toca aos papéis de género. Tal se verifica pela presença de temas como inocência e por ações demasiado altruístas, colocando o bem-estar de outras personagens em detrimento do seu próprio bem; pela necessidade de aprovação masculina e, sobretudo, pelo tema geral da submissão feminina ao patriarcado (Davis, 2006). Também questões como a raça, o género e a orientação sexual continuam a ser representados de forma estereotipada, dado que continua a existir uma fraca representação de grupos minoritários e, quando são representados, estão repletos de estereótipos (Signorielle e Bacue, 1999). Assim, é natural que as crianças que consomem este conteúdo sejam alvo de mensagens contraditórias e desenvolvam crenças baseadas tanto na evolução como na estagnação dos papéis de género.

As longas-metragens das princesas lançadas pela Disney ao longo dos anos 2000 e 2010, nomeadamente a *Princesa e o Sapo*, *Entrelaçados*, *Brave*, *Frozen*, *Moana*, *Frozen 2* e, mais recentemente, *Raya e o Último Dragão*, são extremamente populares na vida de várias raparigas, mas também na de rapazes (Hine et al., 2018). Hine et al. (2018) afirmam que estes filmes do século XXI revelam temas mais progressivos em comparação com os filmes anteriores, no sentido em que existe uma tentativa em acompanhar as direções que o feminismo vai tomando.

Se os filmes das princesas da era Clássica e do Renascimento eram apreciados por milhões de raparigas, o lançamento dos novos filmes de princesas verificou um maior número de espetadores rapazes, algo que, de acordo com Pulver (2016), se pode justificar pela representação de princesas mais andróginas. Nos filmes *Moana* e *Raya e o Último Dragão* é clara a omissão de interesse amoroso da personagem principal e o final do enredo é concluído sem um desfecho romântico (Pulver, 2016). *Moana* (2016) revela comportamentos assertivos, é uma personagem segura de si, aventureira, com traços físicos atléticos, é a personagem principal e participa nas ações que se desenrolam no filme e não demonstra qualquer interesse em procurar um par romântico (Hine et al., 2018).

Para obter o contínuo alcance de gerações e para criar conteúdos com os quais os espetadores se identifiquem, foi possível observar uma evolução nos temas e personagens dos filmes da Disney, à medida que os contextos históricos e sociais sofrem alterações (Neikirk, 2009; O'Brian, 1996; Signorielle e Bacue, 1999). Neste sentido, a linguagem presente nestes filmes é algo que merece destaque, como forma de entender o desenvolvimento dos papéis de género. Itmeizeh (2017) realizou um estudo sociolinguístico aos roteiros dos filmes *Branca de Neve e os Sete Anões* de 1937 e *Brave* de 2012 para perceber as diferenças de linguagem entre 12 filmes de épocas tão distintas. O autor justifica a sua escolha pelo

contraste entre as personagens principais, já que *Branca de Neve* tem como personagens principais sete personagens masculinas e duas femininas e *Brave* foca as personagens femininas como personagens principais da história. O autor expõe a sua preocupação pelas crianças que consomem filmes das princesas da Disney anteriores aos anos 2000, devido às representações de personagens femininas frágeis e às representações dos papéis de género (Itmeizeh, 2017). Branca de Neve é uma personagem com uma dimensão psicológica fraca e a característica que mais a define e determina o seu valor é a sua beleza, apreciada por todos os homens presentes no enredo (Itmeizeh, 2017). Itmeizeh analisou, também, a questão do envelhecimento neste filme, dado que a juventude é apresentada como sinónimo de beleza e bondade, em contraste com a personagem da Rainha Má que, para completar o seu plano, se transforma numa senhora idosa e é caracterizada como feia e cruel.

Analisando o discurso dos filmes de Branca de Neve e Merida, Itmeizeh (2017) observou as diferenças de estereótipos entre os dois. Itmeizeh (2017) notou como o movimento feminista impactou o guião de *Brave*, já que este representa uma jovem princesa bastante opiniosa que rejeita a noção de casamento e retrata a relação entre mãe e filha, colocando a tradicional história de amor de parte. Enquanto em *Branca de Neve e os Sete Anões* a beleza é um ponto central do filme, em *Brave* Merida tem uma aparência física totalmente diferente da Branca de Neve, com cabelo ruivo selvagem e caracóis, e é descrita com traços tradicionalmente associados ao masculino (Itmeizeh, 2017). No começo do filme, Merida expressa-se como independente e destemida, rejeita qualquer avanço amoroso e condena o casamento arranjado. Ao invés de esperar que o seu destino seja traçado por um homem, neste caso pelo seu pai que tenciona unir os povos vizinhos através do casamento da sua filha com um príncipe, Merida luta para ser ouvida e para escolher o seu próprio caminho.

O lançamento de *Brave*, em 2012, foi um marco gigante na história das princesas da Disney. A rejeição do casamento mostra ao público que a felicidade de uma mulher não está presa a um casamento e afirma que o sucesso de uma longa-metragem deste *franchise* não precisa de terminar com a concretização de um amor romântico. Analisando o roteiro, Itmeizeh (2017) conclui que Merida, ao contrário de Branca de Neve, é descrita como uma mulher determinada, inteligente, e o seu valor advém do seu intelecto (Itmeizeh, 2017). Merida mostra paixão por atividades ao ar livre, por andar a cavalo e praticar arco e flecha. Contrariamente, Branca de Neve não tem ocupações e passa grande parte do enredo a limpar a casa. Desta maneira, Merida é uma personagem que rompeu com a tradicional princesa da Disney, apresentado uma mudança na representação dos papéis de género.

3.4 Efeitos nas crianças do engajamento com os filmes das princesas da Disney

A Era digital e tecnológica em que o ser humano vive impacta o crescimento das crianças, já que grande parte da informação que obtêm é feita a partir dos vários *media*, moldando as suas crenças e os seus pensamentos (Roberts, 2015). Os *media* têm, portanto, um papel preponderante na transmissão de valores e símbolos para todas as esferas da sociedade e, segundo alguns autores, os *media* ligados a ecrãs, como televisões, telemóveis, tablets, etc., são os principais transmissores de ideias de género e de papéis de género, principalmente a crianças (Leaper, 2002; Williams, 1981).

Os *media* dirigidos a crianças afetam as interações que estas têm com os outros e afetam o seu desenvolvimento cognitivo, afetando a compreensão do género (England et al., 2011). A Disney tem o poder de moldar a individualidade da criança, expondo-a a modos de socialização (Giroux, 1994). Assim, os filmes das princesas afetam a visão e o ponto de vista das crianças, principalmente a raparigas, no que toca a conceções como o amor e a estereótipos de género.

A sobrevivência destes filmes é assegurada pela passagem de geração em geração. Estes fazem parte do crescimento de milhões de crianças de todo o mundo, e ao sentirem-se envolvidas num mundo de fantasia que as acompanha durante a vida, mesmo que se deva à nostalgia, acabam por querer transmitir às suas gerações vindouras aquilo com que cresceram e as marcou (Heatwole, 2016).

Compreendendo o universo de estudos já mencionados no presente trabalho acerca do conteúdo dos filmes de princesas da Disney (temas, comportamentos, traços femininos e masculinos, etc), é possível captar certas lacunas ao nível da investigação daquilo que as crianças compreendem e retiram dos novos filmes das princesas e as suas representações mais progressivas da mulher. Nesta área destaca-se um estudo do Reino Unido, publicado em 2018, que contou com a participação de crianças entre os oito e os nove anos de idade num total de 131 crianças (Hine et al., 2018). Neste estudo, foram apresentados às crianças os filmes *Bela Adormecida* de 1959 e *Moana* de 2016 e, posteriormente, foi pedido que atribuíssem qualidades estereotipadas femininas e masculinas às princesas dos filmes selecionados. Os resultados revelaram que grande parte das crianças atribuíram a Moana características femininas e masculinas e que não a apontavam como princesa, ao passo que foram atribuídas a Aurora características associadas apenas ao feminino. Os autores apontam para uma maior androginia das princesas comparando com as primeiras princesas clássicas, e concluem que estas representações de género continuam a influenciar as perceções de género das crianças (Hine et al., 2018).

Em 2010, as autoras Greenhill e Matrix dedicaram-se ao estudo do género nos filmes de contos de fada e analisaram os temas retratados nos filmes das princesas da Disney. As autoras concluíram que as crianças que assistem aos filmes das princesas são influenciadas pela imagem melhorada da realidade no que toca ao romance, às lições de moral e à vida em geral, dando a estas crianças uma falsa expectativa do que esperar da realidade (Greenhill e Matrix, 2010).

Apesar de serem várias as críticas que os filmes das princesas da Disney recebem de diferentes autores, existem também estudos que revelam o impacto positivo destas longas-metragens nas crianças. Padilla-Walker et al. (2013) analisaram os comportamentos das crianças após a visualização dos filmes e descobriram que estes reproduzem comportamentos fiéis à realidade e influenciam as crianças a praticarem comportamentos pró-sociais, isto é, comportamentos que beneficiem e ajudem outras pessoas (Padilla-Walker et al., 2013).

A partir dos estudos expostos no presente trabalho é possível afirmar que os filmes da Disney apresentam uma grande influência no que toca à temática do género. Estes filmes tanto representam papéis de género estereotipados, como eles próprios criam as normas de género que são consumidas por crianças. Estes estudos expõem as temáticas e os estereótipos de género presentes nas personagens da Disney e, tendo os *media* o poder de controlar a perceção das crianças, estes filmes são tão populares que se tornam exemplos/modelos e reforçam o género e a sua performance.

As críticas feministas de que a Disney foi alvo, não foram indiferentes à corporação e verificam-se claras tentativas praticadas na produção de personagens com as quais a sociedade, que evolui constantemente, se conseguisse identificar. Assim, em filme após filme as mudanças, às vezes tímidas, são perceptíveis.

Das várias críticas feministas, destaca-se Roberts (2015) que foca os perigos da hiper-realidade provenientes dos filmes das princesas. A autora explica que a hiper-realidade "é quando as imitações vistas nos filmes se tornam mais reais para os espetadores do que a própria vida real" (Roberts, 2015: 24, tradução livre), portanto ocorre quando os espetadores olham para estes filmes, identificam-nos com a sua vida, colocam-nos como exemplos e têm comportamentos iguais ou semelhantes àqueles que observaram nos filmes das princesas. Roberts defende que a vida representada nestes filmes é uma repetição da vida e dos ideais americanos, mas que não corresponde à realidade. Ademais, estes filmes têm o poder de exercer pressão nos jovens para que estes glorifiquem e priorizem a sua aparência física (England et al., 2011).

3.5 Padrões de beleza e a beleza nos filmes das princesas Disney

A humanidade é marcada pela constante necessidade de modificação corporal, de modo a integrar-se na sua cultura (Reischer e Koo, 2004). Esta auto-modificação acontece para que o indivíduo consiga ser aceite no seu meio social e tenha o seu próprio lugar onde expõe a sua individualidade. No entanto, o maior motivo desta modificação, de acordo com Reischer e Koo (2004) é a “(...) busca e a obtenção da beleza (...)” (Reischer e Koo, 2004: 297, tradução livre) que é, popularmente, associada à felicidade. As alterações físicas a que o indivíduo se sujeita não só têm um valor simbólico para corresponder à figura ideal que a sociedade impõe, mas têm também um valor real, pois, no meio social, consegue influenciar comportamentos (Reischer e Koo, 2004).

A beleza é um elemento inerente às várias culturas, no entanto os padrões de beleza diferem de cultura para cultura. Características como pescoços longos, pés pequenos, piercings, corpos curvilíneos são vistos como o padrão de beleza em certas culturas e noutras são vistas como um elemento negativo de beleza (Frederick et al., 2015). No que toca aos estudos da imagem corporal, a maior crítica é a de que a mulher branca é tomada como padrão e toda a indústria de beleza que surge nos *media* e revistas é, na maioria, vocacionada para mulheres brancas, deixando de parte as mulheres de grupos minoritários (Marrinan, 2019; Poran, 2002). Estes grupos de minorias estão impossibilitados de escapar à norma de beleza da mulher branca, algo que leva a comparações entre padrões que são impossíveis de conquistar (Marrinan, 2019).

Anteriormente ao século XIX, o padrão de beleza imposto na época é bastante diferente do da sociedade atual. A gordura corporal e os corpos mais cheios e curvilíneos eram vistos como atraentes, significavam saúde e estavam associados à realeza, já que apenas esta classe social tinha acesso a uma alimentação mais rica (Freitas et al., 2010). É a partir do século XIX que a beleza passa a ter um significado diferente e a exaltação da gordura dá lugar à magreza. Esta última passou a ser representada em pinturas, gravuras e fotografia (Wolf, 1991).

Atualmente, o elemento que mais define a beleza entre os indivíduos euro-americanos, em particular nas mulheres, é o peso corporal (Forbes et al., 2007; Frederick et al., 2015). Os *media*, nesta cultura, têm uma presença muito forte e propagam imagens de mulheres com corpos magros e esguios, intervindo nos desejos das mulheres euro-americanas em manter um corpo magro, a não ultrapassar um certo peso e a praticar dietas restritas (Frederick et al., 2015). Deste modo, esta cultura defende e propaga que magreza é sinónimo de atratividade. Apesar de diferentes culturas praticarem diferentes rituais de beleza, a cultura do ocidente tem uma forte presença em países asiáticos devido ao alcance dos *media* e à ocupação militar

americana no Japão após a vitória dos Aliados na Segunda Guerra Mundial em 1945, tomando como inspiração o modo de vestir e a exaltação da pele de tons claros (Marrinan, 2019).

A mulher é alvo de uma grande pressão para manter a sua imagem “cuidada”. Esta manutenção da beleza ao nível de peso e de aspeto constitui um símbolo ao nível da cooperação entre indivíduos de uma sociedade e entre culturas (Reischer e Koo, 2004). O simbolismo da beleza tem sido ao alvo de análise ao longo dos anos e Wolf (1991) contradiz o pensamento de que a beleza é algo que todas as mulheres do mundo querem atingir e afirma que esta é apenas mais um tópico dominado pelos homens, uma vez que não é algo natural, mas sim uma questão manipulada como troca monetária (Wolf, 1991). A autora afirma que o conceito da beleza da mulher é operado pelo patriarcado, no sentido em que a esta se depara com dificuldades em ingressar em cargos de poder e que ser atraente é completamente necessário para chegar a este poder (Wolf, 1991).

A partir do momento em que começaram a surgir objetos de captação de imagem, a beleza e o corpo tornaram-se elementos mais abordados e notados por todo o mundo. Com a criação das revistas femininas (Wolf, 1991), e posteriormente, a internet e o poder dos *media*, os corpos das mulheres passaram a ser constantemente representados e, conseqüentemente, foi criado o padrão de beleza (Freitas et al., 2010). Estes padrões de beleza são mundialmente transmitidos pelos *media*. Adolescentes e jovens são alvo desta influência e esta tem o poder de alterar a perceção que têm do seu corpo, sendo que, recentemente, surgiram estudos que revelam o impacto dos *media* nas crianças em relação à insatisfação com o seu corpo (Dohnt e Tiggemann, 2004). Os *media* disseminam imagens de corpos magros associando-os a beleza, bem-estar, confiança, e condenam através de mensagens negativas, os corpos que fogem ao padrão de beleza estabelecido (Dohnt e Tiggemann, 2004). Estas mensagens, transmitidas diversas vezes de forma subtil, são facilmente captadas pelos mais jovens, afetando a imagem que concebem de si. Assim, os *media* têm a capacidade de controlar as mentes das crianças e dos jovens, propondo modelos do que é ser atraente e encorajam a que estes reflitam sobre a sua imagem corporal e se comparem com os corpos e caras que veem nos ecrãs.

De acordo com Marrinan (2019) existem três fatores específicos que contribuem para o descontentamento e insatisfação das mulheres com o próprio corpo: a transmissão organizada pelos *media* de um ideal de corpo impossível de corresponder aos corpos reais das mulheres; a pressão exercida sobre as mulheres para corresponderem a esse padrão através de dietas, cosméticos, cirurgia plástica, cuidados da pele, exercício físico, entre outros; e a contínua comparação entre corpos de mulheres (Marrinan, 2019). Conforme o estudo de Freitas et al., o corpo ideal que corresponde ao padrão de beleza imposto está,

segundo o Índice de Massa Corporal, abaixo do peso que um indivíduo deve ter. Os autores aferem também que o maior cuidado com o corpo, bem como a insatisfação com este, é maior entre as mulheres (Freitas et al., 2010).

As imagens e mensagens transmitidas pelos *media* têm mais impacto em mulheres e na sua percepção de imagem física, do que em homens (Johnson, 2015). A beleza e o envelhecimento da mulher são questões que, atualmente, estão de mãos dadas. O envelhecimento apesar de se sentir fisicamente, tem uma dimensão psicológica e social. Na mulher, o envelhecimento traduz-se em invisibilidade e perda de valor (Elnahla, 2015). A atração de uma mulher é um tema que advém de anos anteriores e surge, constantemente, associado à beleza. Numa sociedade que reforça o envelhecimento do corpo humano com uma conotação negativa, atribuindo-lhe o sinónimo de decadência e enfraquecimento, é natural que a população, em especial as mulheres, seja bombardeada com métodos para a retardar e combater através de ações como "(...) ingerindo suplementos nutricionais e testosterona ou suplementos para o crescimento, o aumento do número de horas passadas no ginásio, sujeitando-se a cirurgia cosmética, e usando cremes e loções, e tintas de cabelo para apagar as marcas físicas da idade (...)" (Elnahla, 2015: 115, tradução livre).

A questão do envelhecimento é constantemente retratada nos filmes de animação da Disney. O alcance e a fama dos filmes da Disney na sociedade permitem construir uma imagem daquilo que significa "envelhecer". Estes filmes transmitem uma imagem negativa de envelhecimento, através da criação de personagens do género feminino que constituem as vilãs da história. Estas são retratadas por estereótipos associados ao envelhecimento e contêm certos traços negativos como obesidade, crueldade, fealdade, e os seus desejos são concebidos para que, acima de tudo, consigam alcançar a beleza e a juventude que possuíram em mais novas (Elnahla, 2015).

Nestes filmes é recorrente ocorrer o vilificar das personagens femininas mais velhas, em particular as madrastas. No caso do filme *Branca de Neve e os Sete Anões*, o espetador pode observar a obsessão da madrasta com os sinais de envelhecimento. Esta personagem é desprovida de nome próprio e conhecida apenas como Rainha Má, algo que, de acordo com Elnahla (2015), desumaniza esta personagem. Também à princesa Branca de Neve lhe é retirada a humanidade quando, após a sua morte, não é colocada numa sepultura, mas sim num caixão de vidro transparente para que a sua beleza pudesse ser admirada por todos. Este ato sugere Branca de Neve como um objeto a ser exposto e apreciado (Elnahla, 2015). O enredo coloca a Rainha Má com o objetivo de matar Branca de Neve para ser "a mais bela de todas" (*Branca de Neve e os Sete Anões*, 1937). Desta forma, compreende-se que o tema central desta longa-metragem é a beleza e o poder que esta tem. Este filme sugere que a

beleza é o aspeto mais importante para as mulheres e foca a competitividade entre físicos femininos, algo que pode causar insegurança nas espetadoras do género feminino.

Em *Cinderela*, é novamente representada a personagem de madrasta má. Neste filme a vilã possui nome (Senhora Tremaine), no entanto, é mais uma vez sugerida a comparação entre corpos femininos. Esta observa-se, já que a Senhora Tremaine considera que está a perder a sua beleza à medida que envelhece e pratica comportamentos que revelam inveja e malícia para com a jovialidade e beleza de Cinderela. A competitividade entre a beleza da mulher é realçada por Cinderela e as suas irmãs adotivas que tentam ostentar os seus atributos físicos para alcançar o amor de um homem: o Príncipe Encantado.

Em *A Pequena Sereia*, a malignidade é novamente representada por uma personagem feminina mais velha: uma bruxa que habita no oceano com o nome de Úrsula. Tal como a personagem Maléfica no filme *A Bela Adormecida*, também Úrsula tem poderes mágicos e utiliza-os com o propósito de alcançar o seu maior desejo: ser jovem, bonita e deter o controlo do oceano que está consagrado a Tritão, o pai de Ariel. Esta personagem é a que exhibe os sinais mais evidentes de envelhecimento, comparando com as vilãs anteriores, e constitui o oposto do físico de Ariel, já que o seu corpo é apresentado como sendo volumoso e obeso, sugerindo assim, uma direta relação entre maior peso e crueldade (Elnahla, 2015).

Novamente em *Entrelaçados* é apresentada a beleza como o tópico central da história. Gothel, tal como as vilãs nos filmes anteriormente mencionados, é uma mulher bastante idosa, obcecada com a beleza e a jovialidade que em tempos sentiu. Rapunzel nasceu com poderes mágicos no seu cabelo, e um dos quais passa por restabelecer os sinais físicos da idade. Gothel rapta Rapunzel quando esta era ainda uma criança, de modo a aceder desesperadamente à beleza eterna. Esta vilã não manifesta qualquer desejo por poder, pois a sua obsessão reside apenas no seu corpo e em retardar a morte. São nos momentos finais do filme que observamos a perda dos poderes mágicos de Rapunzel e, assim, Gothel volta ao seu corpo idoso, acabando por morrer assustada com o seu próprio reflexo.

Os pais biológicos de Rapunzel não são personagens ativas no enredo, no entanto é possível ter acesso ao seu aspeto físico em momentos específicos com a sua filha Rapunzel. Os seus pais são os governadores do reino de Corona e representam o Bem, sendo que a sua apresentação física não se altera ao longo dos anos. Desta forma, é sugerido mais uma vez, a relação entre o envelhecimento e o Mal, e a jovialidade e saúde com o Bem. Gothel, representante do Mal, tem um destino trágico devido à vaidade e à busca pela beleza eterna, reforçando a mensagem de como o envelhecimento é algo a combater.

Estes filmes perspetivam a relação de beleza, envelhecimento, feminilidade e valor pessoal. A ligação entre estes aspetos afeta de maneira diferente as pessoas do sexo

masculino e feminino (Chivers, 2003; Poran, 2002). A sociedade e as ideias aqui difundidas, têm o poder de influenciar o valor que cada pessoa atribui a si mesmo. Este valor pessoal e a atribuição do mesmo difere de homens para mulheres, uma vez que a sociedade reflete constantemente o envelhecimento da mulher como um acontecimento mais preocupante do que o envelhecimento do homem. Chivers (2003) considera que tal acontece, uma vez que o envelhecimento da mulher é visto como perda da sua função ou propósito, bem como da sua feminilidade.

As longas-metragens das princesas não abordam apenas a relação entre beleza e envelhecimento, pois o standard de beleza surge, em múltiplos filmes, associado ao amor. De acordo com as análises realizadas ao roteiro, é facilmente observável a valorização que os filmes da Disney, principalmente os das princesas, atribuem ao aspeto físico. A maioria das princesas têm tez clara, olhos grandes e feições suavizadas, cabelos longos, corpos magros e cinturas finas.

4. Metodologia

Neste capítulo será apresentada a metodologia selecionada para a pesquisa, a justificação do método e técnica utilizados em relação com os objetivos do estudo, a caracterização da amostra e as etapas realizadas para a aplicação do instrumento.

Compreendendo a influência da Disney e o peso significativo que esta tem no crescimento das crianças, realçado pelos números que apresenta do consumo infantil (Giroux, 1994), e admitindo as lacunas identificadas no estudo dos efeitos dos filmes das princesas da Disney a nível nacional, o objetivo deste trabalho passa por averiguar a perceção das crianças portuguesas relativamente às princesas da Disney e à sua identificação com as mesmas em aspetos como: o impacto destes filmes em raparigas e rapazes, as preferências de princesas destas crianças e se existe uma tendência para as princesas mais estereotipadas ou modernas, perceber que princesas são mais apelativas para cada género, qual a conceção de princesas para estas crianças, qual o impacto destes filmes no seu quotidiano e nas suas brincadeiras, perceber o significado de beleza feminina para estas crianças e as associações a esta, perceber qual é a ideia de feminilidade que retiram destes filmes e, por fim, quais os tipos de características que estas crianças procuram nas princesas da Disney.

4.1 Método e técnica de investigação

Para a realização deste estudo e concretização dos objetivos foi utilizada a estratégia metodológica quantitativa-extensiva (Costa, 1999) e a técnica aplicada foi a de inquérito por questionário.

De acordo com Strauss e Corbin (1998), o método traduz-se em técnicas empregues com o intuito de reunir dados e, posteriormente, analisá-los, de modo a alcançar conclusões para as questões propostas da pesquisa. Para cada pesquisa é necessário selecionar um ou mais métodos das Ciências Sociais: quantitativo ou extensivo e o qualitativo ou intensivo (Greenwood, 1965).

O método quantitativo lida com a quantificação no momento da recolha de dados e no tratamento destes (Richardson, 1989). A técnica de recolha de dados e de observação do real mais utilizada no método quantitativo é o inquérito por questionário (Costa, 1999), o qual, na sua maioria, deve ser constituído por perguntas fechadas. Os resultados provenientes de uma pesquisa quantitativa representam “relações quantificadas entre variáveis” (Costa, 1999: 9), que é o pretendido para o presente trabalho.

De acordo com Ghiglione e Matalon, "O inquérito pode ser definido como uma interrogação particular acerca de uma situação englobando indivíduos, com o objetivo de generalizar" (2001:7). O inquérito por questionário é, portanto, uma técnica de investigação, que se serve de questões para obter respostas individuais e de opinião. Posteriormente, estas respostas são interpretadas e generalizadas (Dias, 1994). De acordo com Isabel Dias (1994), o inquérito por questionário é uma técnica de análise extensiva que permite estudar comportamentos, opiniões e reações individuais e, em seguida, chegar a conclusões generalizadas, para estudar populações situadas em um contexto social específico.

O questionário desenvolvido para o presente trabalho está dividido em duas partes: a primeira parte pretende recolher informações sociográficas acerca da criança; e a segunda parte é composta por questões que focam a opinião e perceção da criança relativamente às princesas da Disney e aos papéis de género. As questões presentes na primeira parte serviram para recolher dados de caracterização individual e social, sempre em anonimato. A segunda parte do questionário foi ainda subdividida em três categorias: relação com os filmes e as princesas, o que são e o que devem ser as princesas e, por fim, características e atividades das princesas. Estas perfazem um total de 17 perguntas, em que duas são abertas e as restantes são fechadas por escolha múltipla. Estas perguntas são exclusivamente de opinião e de experiências pessoais.

As perguntas de cariz fechado necessitam, de acordo com Ghiglione e Matalon (1978), de contemplação do conjunto de respostas possíveis e da respetiva codificação. As questões são estandardizadas, o que permite a comparação entre respostas. Relativamente às perguntas de cariz aberto, estas não carecem de conjuntos de respostas possíveis e oferecem liberdade de expressão, contudo, uma vez que não existe uma lista de possíveis respostas, estas não podem ser generalizadas e a sua análise torna-se mais complexa.

A elaboração do questionário considerou atentamente o público-alvo para quem se destinava. Tratando-se de crianças, procurou-se utilizar uma linguagem simples e clara para que não surgissem dúvidas durante o seu preenchimento.

Optou-se por seleccionar crianças do 3º e 4º anos com idades compreendidas entre os oito e doze anos, por já saberem ler e escrever sem o apoio de uma pessoa adulta. Esta questão foi colocada às professoras responsáveis das escolas que aceitaram participar no estudo, para compreender se, de facto, as crianças das escolas participantes neste trabalho conseguiriam perceber e responder autonomamente às questões que lhes foram apresentadas.

Antes de se iniciar a fase de inquirição para a pesquisa, o inquérito elaborado foi submetido a uma fase de pré-teste. Como explicam Malhotra et al. (2012), o pré-teste é utilizado para verificar a eficácia do instrumento de medição e para perceber se existem erros que sejam necessários alterar para evitar problemas na pesquisa. Neste caso, o pré-teste possibilitou apurar se a linguagem das questões presentes no questionário seria de fácil compreensão pelas crianças, se estas revelavam algum desgaste em relação à extensão do inquérito ou se as respostas previstas para as questões colocadas eram exaustivas.

O pré-teste foi aplicado a três crianças: um rapaz com dez anos e duas raparigas com oito anos. A seleção destes três participantes foi realizada por mim e justifica-se pela facilidade do contacto com estas crianças, que se encontravam nas idades pretendidas para este inquérito. As crianças não pertenciam a nenhuma das escolas que participaram neste estudo e, por isso mesmo, não foram abrangidas pelo inquérito.

Com base nos resultados e *feedback* que obtive com a realização do pré-teste, procedi a algumas alterações tais como: reestruturação de algumas perguntas, alteração da estruturação de certas partes do inquérito e adição de opções de escolha múltipla.

4.2 Fase de aplicação do inquérito por questionário

Durante os meses de maio, junho e julho de 2022 várias escolas e centros de estudo na zona centro foram contactados para participarem neste estudo, no sentido de obter a participação de crianças voluntárias de 3º e 4º ano para responderem ao inquérito por questionário. Um dos desafios deste trabalho foi conseguir uma resposta atempada das escolas e dos centros de estudos. Uma vez que frequentei escolas na zona de Fátima e foi, também, o meu local de residência desde criança, as escolas contactadas nesta área e área aproximada foram as que responderam mais rapidamente e revelaram mais interesse. Assim, conseguiu-se uma resposta positiva de duas escolas. A primeira escola é uma escola privada e localiza-se no centro de Fátima e a segunda é uma escola pública e situa-se em Leiria.

A escola em Leiria leciona apenas o 1º ciclo, conta com seis professores/as, tem na totalidade seis turmas e um total de 147 alunos/as. Tem uma turma de 1º ano, uma turma de 2º ano, duas turmas de 3º ano e, por fim, duas turmas de 4º ano. O preenchimento do inquérito por questionário foi realizado em quatro turmas: duas do 3º ano e duas do 4º ano. A escola em Fátima é uma escola privada do 1º ciclo e, na totalidade, tem 49 crianças. Tem uma turma de cada ano de escolaridade e o inquérito por questionário foi aplicado às turmas do 3º ano e 4º anos. Este inquérito apenas foi preenchido por crianças que estivessem minimamente familiarizadas com os filmes das princesas da Disney.

Em primeiro lugar, para que a realização dos inquéritos por questionário fosse possível, foram entregues aos encarregados de educação pedidos de autorização para recolha de informações (em anexo). Estes pedidos de autorização foram distribuídos pelas escolas que aceitaram participar neste estudo e entregues à diretora de cada turma que, posteriormente, os entregou aos encarregados de educação das crianças. Uma das grandes preocupações relacionava-se com obter as autorizações a tempo, uma vez que o final do ano escolar se aproximava, contudo, este processo foi bastante rápido. O processo de distribuir as autorizações, entregá-las aos encarregados de educação e, finalmente, o preenchimento do inquérito foi inteiramente realizado ao longo do mês de julho de 2022.

Foram as professoras das turmas de 3º e 4º anos que decidiram a melhor altura para a aplicação do inquérito e fui, posteriormente, contactada por elas para que o dia e a hora ficassem definidos. A aplicação do inquérito foi realizada na sala de aula de cada turma e os inquéritos foram distribuídos por mim às crianças que tinham as autorizações assinadas pelo encarregado de educação. Estive presente durante a aplicação do inquérito e, de um modo geral, as crianças pareciam entusiasmadas em responder ao questionário.

Um problema que surgiu com alguns dos alunos foi o facto de não terem bem a certeza dos nomes de algumas princesas, provavelmente aquelas com que estavam menos familiarizadas. No entanto, no final do questionário estava inserida uma imagem com todas as princesas da Disney e auxiliei alguns alunos a associar as caras das princesas aos nomes.

Para o tratamento dos dados foi utilizado o *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS). O género constitui-se na principal variável independente, dada a hipótese teórica de as princesas Disney terem efeitos diferenciados em raparigas e rapazes, impactando mais as raparigas, as que mais diretamente se identificarão com as princesas e sobre as quais recairá uma maior imposição de conformidade à feminilidade.

4.3 Caracterização da amostra

A amostra é constituída por 95 crianças com idades entre os oito e os 12 anos que correspondem ao 3º e 4º ano do ensino básico. Esta é composta por 50 crianças do sexo masculino (52,6%) e 45 do sexo feminino (47,4%) com uma média etária de nove anos.

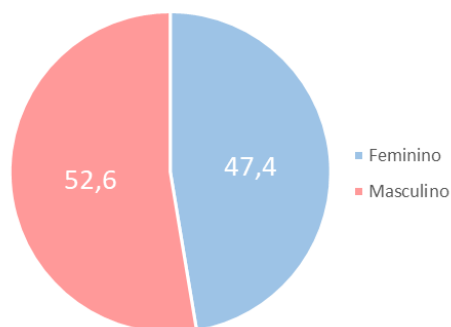


Gráfico 1- Género dos/as alunos/as

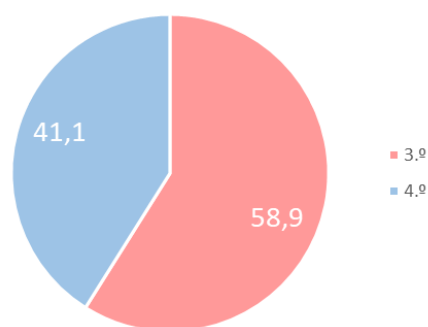


Gráfico 2- Ano de escolaridade dos/as alunos/as

Ao nível das escolas, nove (9,5%) crianças frequentam a escola em Fátima e as restantes 86 (90,5%) crianças frequentam a escola em Leiria. Não existem diferenças assinaláveis entre o número de rapazes e raparigas da escola pública, no entanto nas turmas seleccionadas da escola privada obtivemos resposta de sete rapazes e apenas duas raparigas.

Relativamente ao ano de escolaridade, como mostra o gráfico três, existem 26 (27,4%) crianças do género feminino e 30 (31,6%) do género masculino no 3º ano de escolaridade, e no 4º ano existem 19 (20,0%) crianças do género feminino e 20 (21,1%) crianças do género masculino.

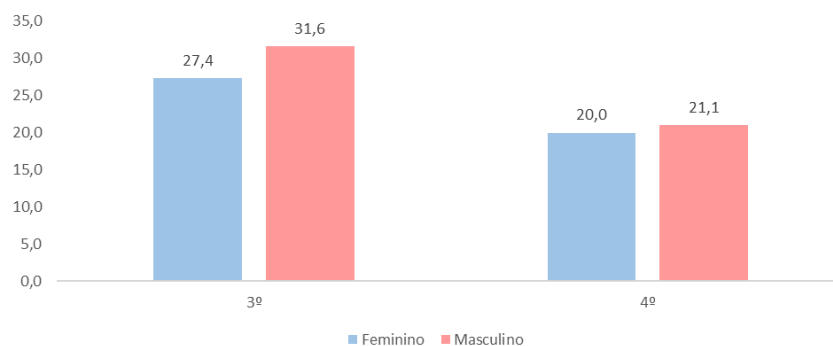


Gráfico 3- Ano de escolaridade, segundo o género (%)

5. Resultados

5.1 Relação com os filmes e as princesas

Um dos objetivos do estudo passa por perceber qual o peso dos filmes da Disney nas crianças portuguesas da faixa etária relativa aos dois últimos anos do 1º ciclo do ensino básico. Perguntou-se, assim, qual a frequência da visualização dos filmes das princesas.

O gráfico 4 mostra que cerca de 1/3 das crianças inquiridas vê os filmes pelo menos uma vez por semana (32,6%) e mais de metade (57,8%) até uma vez por mês. Permite, ainda, perceber que, tal como foi anteriormente referido na literatura (Golden e Jacoby, 2017), as raparigas são espectadoras mais assíduas dos filmes, do que os rapazes. São 13,7% das raparigas que assistem a filmes menos do que uma vez por mês, subindo para 28,4% no caso dos rapazes.

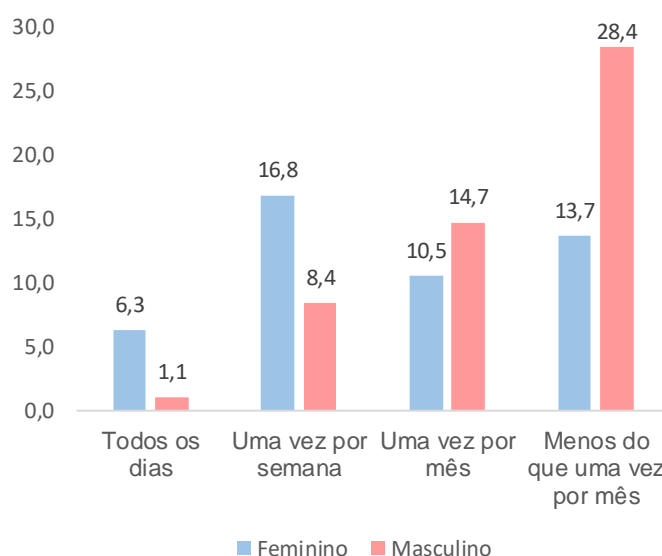


Gráfico 4- Frequência de visualização dos filmes das princesas, segundo o género (%)

Outra das questões que se levantava passava por perceber qual(is) a(s) princesa(s) mais apreciada(s) pelas crianças, dada a evolução que se tem verificado nas características psicológicas e físicas destas, exploradas anteriormente. Ainda que o *franchise* das princesas tenha um público-alvo de crianças do género feminino desde o lançamento dos primeiros filmes, é possível verificar que nos últimos anos esta tendência tem sofrido alterações, a fim de captar o interesse das crianças do género masculino. Este processo foi realizado através de ações como a colocação dos títulos dos filmes de animação sem género, em lugar do tradicional título com o nome da princesa, como por exemplo *Frozen*, *Entrelaçados* e *Brave-Indomável*, e, também, através de um notável acréscimo de cenas de ação, bem como uma menor ênfase na temática romântica.

Em geral, a princesa que recolhe mais preferência destas crianças é a Moana (44%). No entanto, esta é a princesa que recolhe mais preferência das raparigas (22% elegem-na como favorita), mas não dos rapazes, em que é ultrapassada pela Raya (30%). É, aliás, nesta princesa que vamos encontrar a maior discrepância entre as preferências de rapazes e raparigas, dado que apenas 6,7% destas últimas a assinalou como sua princesa preferida. Com o lançamento de *Brave*, a Disney tomou uma abordagem pós-feminista e as princesas que se seguiram representam mulheres empoderadas e capazes de fazer as suas escolhas (Hine et al., 2018). Raya é a confirmação do empenho da Disney em quebrar estereótipos de género, construindo personagens femininas que revelam um equilíbrio de características socialmente atribuídas ao feminino e ao masculino (Hine et al., 2018). A Disney pretende relacionar-se com o seu público atual criando princesas mais andróginas (England et al., 2011), e Raya apela ao público masculino, como podemos verificar por estes dados, uma vez que expressa características mais associadas ao masculino.

Grande diferença é também encontrada em relação a Ariel, que recolhe mais favoritismo das raparigas (17,8%) do que dos rapazes (4%). Tal pode ser justificado pelo facto de o tema principal do filme ser o romance entre Ariel e Eric e a personagem principal revelar características maioritariamente associadas ao feminino. Esta longa-metragem não apresenta grandes momentos de ação e foca, maioritariamente, cenas românticas entre os dois protagonistas, algo pouco atrativo para o público masculino. No centro da ação deste filme está a conquista do amor de Eric e o casamento entre as duas personagens. No começo de *A Pequena Sereia*, Ariel mostra ser uma rapariga sonhadora com espírito aventureiro e curiosa com o mundo exterior, no entanto à medida que o filme se desenvolve, Ariel deixa de parte estas características e o seu objetivo principal é conquistar Eric. Estas razões e a ausência de personagens andróginas neste filme, podem explicar o maior desinteresse por parte do público masculino.

Os resultados à presente questão indicam que as crianças se identificam preferencialmente com personagens de filmes recentes, que manifestam comportamentos mais positivos e andróginos e, perante estes modelos, poderá existir uma ligação entre estes e interpretações positivas do papel da mulher.

Já em relação às princesas menos escolhidas como favoritas, nas raparigas verificou-se que se trata das princesas Pocahontas e Tiana com zero respostas, seguida das princesas Branca de Neve, Yasmin e Cinderela, cada uma com apenas uma resposta. Nos rapazes, as princesas menos populares são Tiana, Merida, Mulan e Cinderela todas com zero respostas. Embora anteriormente se tenha verificado que estes filmes são cada vez mais apreciados por crianças do género masculino pela crescente androginia das princesas (Pulver, 2016) e pela

ênfase na independência e destemidez das personagens femininas, os dados obtidos nesta questão não refletem essa preferência dos alunos do gênero masculino. As princesas Merida, Mulan e Tiana são duas personagens mais recentes com traços que, geralmente, atraem também um público masculino, no entanto nestes alunos estas princesas não ocupam um lugar de destaque. Já uma princesa da primeira geração, Branca de Neve, que recolhe apenas uma preferência entre as raparigas, triplica no caso dos rapazes. Contudo, esta questão apenas expressa a princesa favorita destas crianças, sendo que as princesas menos escolhidas como favoritas não expressam diretamente que sejam as menos apreciadas, e mais conclusões serão deduzidas a partir da próxima questão.

Quadro 1- Princesa favorita, segundo o gênero (N e %)

	Gênero		Total
	Feminino	Masculino	
Moana	10 22,2	11 22,0	21 22,1
Raya (Raya e o Último Dragão)	3 6,7	15 30,0	18 18,9
Ariel (A Pequena Sereia)	8 17,8	2 4,0	10 10,5
Anna (Frozen)	3 6,7	6 12,0	9 9,5
Elsa (Frozen)	4 8,9	3 6,0	7 7,4
Bela (A Bela e o Monstro)	3 6,7	3 6,0	6 6,3
Rapunzel (Entrelaçados)	3 6,7	2 4,0	5 5,3
Branca de Neve	1 2,2	3 6,0	4 4,2
Merida (Brave)	4 8,9	0 0,0	4 4,2
Yasmin (Aladdin)	1 2,2	3 6,0	4 4,2
Aurora (Bela Adormecida)	2 4,4	1 2,0	3 3,2
Mulan	2 4,4	0 0,0	2 2,1
Cinderela	1 2,2	0 0,0	1 1,1
Pocahontas	0 ,0	1 2,0	1 1,1
Tiana (A Princesa e o Sapo)	0 0,0	0 0,0	0 0,0
Total	45 100,0	50 100,0	95 100,0

Os resultados do quadro 2 refletem a tendência já verificada pelos resultados do quadro 1 onde é possível verificar que as princesas mais escolhidas como favoritas pertencem à era Moderna da Disney. Com 24,2% de votos nas princesas do Renascimento e 8,4% de votos nas princesas da era Clássica, comprova-se que maioria destas crianças (67,4%) elege

princesas mais recentes. As princesas desta nova era representam os avanços dos valores da sociedade atual, no que diz respeito à posição da mulher, e retratam mulheres ativas, independentes e capazes de tomar as suas escolhas sem a orientação de um homem. Desde a sua criação, e com o decorrer dos anos, a Disney foi representando e reproduzindo, a partir da cultura em que se inseria, as regras sociais e expectativas relativas aos papéis de género (Barber, 2015). Mesmo com o avançar dos anos, a Disney lidera o entretenimento e a vida de milhões de crianças. À medida que avançamos no tempo, a Disney procura estabelecer ligação com o seu público, o qual vai sofrendo alterações e, enquanto corporação, necessita de mudar e estabelecer novos valores e crenças provenientes das mudanças na História. Estas princesas pós-feministas pertencem a diferentes etnias e raças, lutam para conquistar objetivos, revelam criatividade, talento e sentido de humor, mostram interesse em passatempos, realizam tarefas que envolvem esforço físico, e verifica-se também, mais representatividade ao nível do corpo da mulher. Assim, existe uma maior probabilidade de que as crianças que assistem a estes filmes se identifiquem e se revejam nas princesas e restantes personagens, seja pelo aspeto físico ou pelas atividades que praticam.

No quadro 2, entende-se que existe um maior número de rapazes (55,5%) a preferir as princesas modernas em relação ao número de raparigas (46,2%). Estes resultados podem ser explicados pelas novas representações no *franchise* das princesas, nos quais é possível observar representações mais positivas dos papéis de género e comportamentos mais andróginos (Hine et al., 2018). Uma vez que há um maior equilíbrio de comportamentos socialmente associados ao feminino e masculino comparativamente aos filmes das eras anteriores, existe um maior público masculino interessado no mundo das princesas que influenciam e agem como modelo na vida e nas brincadeiras destas crianças (Hine et al., 2018).

Quadro 2- Princesa favorita, segundo o género e a era (N e %)

Era	Género		Total
	Feminino	Masculino	
Clássica	4	4	8
	25,1	19,1	8,4
Renascimento	14	9	23
	28,7	25,5	24,2
Moderna	27	37	64
	46,2	55,5	67,4
Total	45	50	95
	100,0	100,0	100,0

Relativamente à preferência destas crianças pelas princesas que ocupam os lugares de destaque a seguir às suas princesas favoritas, Moana continuou como a princesa favorita do género feminino (46,7%), no entanto nos rapazes verificou-se que dão preferência à princesa Anna (26,0%). Curiosamente, a princesa Branca de Neve ganhou um papel de destaque em ambos os géneros (29,5%), ao passo que enquanto primeira preferência ocupava um lugar de menor popularidade. Já as princesas menos populares para estas crianças são, novamente, Pocahontas em ambos os géneros (10,5%) e Merida (10,5%), seguida de Tiana (13,7%). Pocahontas é uma princesa indígena da tribo Powhatan com cabelos longos pretos e pele escura. Tiana é uma princesa negra com cabelo escuro e encaracolado, residente em Nova Orleães. Estas duas personagens representam alguma diversidade étnico-racial das princesas da Disney. May (2011) avaliou a questão da raça e se esta poderá impactar a construção dos papéis de género de cada princesa da Disney. A autora conclui que Pocahontas e Tiana são princesas consideradas bastante atléticas e, que por serem princesas de cor, exprimem, ligeiramente, traços mais masculinos do que as restantes (May, 2011). Este fator poderia apelar principalmente às crianças do género masculino, porém a partir destes resultados, conclui-se que tal não se verifica. Como foi referido anteriormente, as crianças procuram identificar-se com as princesas que veem no ecrã (May, 2011) e, uma vez que a maioria das crianças que respondeu a este inquérito pertencia à raça branca, tal poderá justificar a posição inferior, na lista, das princesas de cor. Outra hipótese será que as opções refletem a valorização social das categorias étnico-raciais que as crianças reproduzem. No entanto, os resultados mostram que Moana é uma das princesas favoritas destas crianças. Assim, podemos colocar a hipótese de que a avaliação destes resultados possa ter sido influenciada pelo conteúdo e temática do filme em si e não pela raça das princesas. Comparativamente, o filme *Moana* oferece mais momentos de fantasia, emoção, aventura e entidades mágicas do que em *Pocahontas* e *A Princesa e o Sapo*, algo que facilmente apela às crianças. Em acréscimo, *Moana* é caracterizado pela presença de uma personagem principal masculina, contribuindo para o interesse de crianças do género masculino.

Quadro 3- Preferência de princesa a seguir à princesa favorita, segundo o género (N e %)

	Género		Total
	Feminino	Masculino	
Moana	21 46,7	10 20,0	31 32,6
Branca de Neve (Branca de Neve e os Sete Anões)	18 40,0	10 20,0	28 29,5
Anna (Frozen)	13 28,9	13 26,0	26 27,4
Bela (A Bela e o Monstro)	13 28,9	7 14,0	20 21,1
Cinderela	13 28,9	7 14,0	20 21,1
Elsa (Frozen)	9 20,0	10 20,0	19 20,0
Raya (Raya e o último dragão)	8 17,8	10 20,0	18 18,9
Yasmin (Aladdin)	6 13,3	11 22,0	17 17,9
Aurora (Bela Adormecida)	12 26,7	4 8,0	16 16,8
Mulan	11 24,4	5 10,0	16 16,8
Rapunzel (Entrelaçados)	11 4,4	4 8,0	15 15,8
Ariel (A pequena Sereia)	11 24,4	3 6,0	14 14,7
Tiana (A princesa e o sapo)	8 17,8	5 10,0	13 13,7
Merida (Brave)	8 17,8	2 4,0	10 10,5
Pocahontas	8 17,8	2 4,0	10 10,5
Não sei	1 2,2	7 14,0	8 8,4
Total de respostas	171 60,9	110 39,1	281 100,0
Total de respondentes	45 100,0	50 100,0	95 100,0

A popularidade das princesas da Disney prende-se com o fator nostálgico (Heatwole, 2016), na medida em que se o lançamento de um filme ocorrer durante a infância de uma pessoa, é mais provável que este filme tenha mais impacto na vida desta, do que um filme que tenha sido lançado já mais tarde, durante a adolescência ou vida adulta. Dado que as crianças desta análise estão entre as idades dos oito aos 12 anos, é natural que os filmes a partir de 2011 sejam mais populares. A partir deste ano, foram lançados filmes como *Brave* (2012), *Frozen* (2013), *Moana* (2016) e *Raya e o Último Dragão* (2021), no entanto *Entrelaçados* (2010) é também popular nestas idades. É possível comprovar que a princesa Anna de *Frozen* é popular para ambos os géneros (27,4%), bem como Moana (32,6%), no

entanto Merida, uma princesa introduzida recentemente e diferente das outras princesas, está entre as menos populares.

A princesa Merida pertence à era moderna das princesas, é uma personagem destemida, forte e inteligente que pratica atividades muito distintas em relação às das primeiras princesas, como andar a cavalo e praticar arco e flecha. É um dos primeiros filmes de princesas que tenta apelar a um público-alvo masculino e, ao mesmo tempo, é um exemplo para crianças do gênero feminino, pela sua valentia e independência, na altura de socorrer a sua mãe. Pocahontas também se assemelha a Merida: é corajosa, atlética e inteligente, enfrenta as personagens masculinas e desafia-as. Nesta longa-metragem observam-se algumas cenas de ação, contudo um dos temas muito presentes é o romance com John Smith, tema o qual não surge em *Brave*. No entanto, ambos os filmes não fazem parte das escolhas populares destas crianças e, curiosamente, surge um contraste com as duas princesas escolhidas como as mais populares, uma vez que Branca de Neve é o oposto de Moana, tanto pelo seu aspeto físico como pela mensagem que transmite, pelas atividades e passatempos que são praticados e pela sua personalidade.

Interessava também, mais diretamente do que pela identificação da princesa preferida, perceber quais as características que moldam as preferências. Para não limitar a resposta das crianças, optou-se por uma questão de resposta múltipla e semiaberta, dando possibilidade à colocação de outros motivos para além dos previamente definidos. De acordo com o quadro 4, os dois motivos apontados por mais de metade das crianças inquiridas são características tradicionalmente associadas ao masculino, afastando-se da representação das princesas passivas: “aventureira” e “corajosa” (64,2% e 55,8% respetivamente). Este tipo de características está, principalmente, associado às princesas mais recentes, marcadas pelo seu espírito livre e independência. No entanto, estas são características mais apreciadas pelos rapazes, sendo que vamos ainda encontrar mais de metade das raparigas a assinalarem como motivos para a preferência, características tipicamente associadas ao feminino, como a de “bondosa” (53,3% a comparar com 44% dos rapazes) e, sobretudo, “bonita” (55,6%, o mesmo valor do que encontrado para “corajosa” entre as raparigas, comparado com 33% dos rapazes). Ou seja, para mais de metade das raparigas e apenas 1/3 dos rapazes, a beleza continua a ser uma característica que motiva a escolha de princesa preferida.

Quadro 4- Motivo para ser a princesa favorita, segundo o género (N e %)

	Género		Total
	Feminino	Masculino	
Aventureira	28 62,2	33 66,0	61 64,2
Corajosa	25 55,6	28 56,0	53 55,8
Bondosa	24 53,3	22 44,0	46 48,4
Bonita	25 55,6	19 38,0	44 46,3
Divertida	17 37,8	18 36,0	35 36,8
Inteligente	15 33,3	20 40,0	35 36,8
Sensível	5 11,1	6 12,0	11 11,6
A mais parecida comigo de corpo/cara	5 11,1	3 6,0	8 8,4
Rica	0 0,0	6 12,0	6 6,3
Passatempo igual ao meu	5 11,1	1 2,0	6 6,3
Gosta de sereias	2 4,4	0 0,0	2 2,1
Cabelo Ruivo e Encaracolado	2 4,4	0 0,0	2 2,1
Forte	0 0,0	1 2,0	1 1,1
Tem um monstro	0 0,0	1 2,0	1 1,1
Simpática	0 0,0	1 2,0	1 1,1
Vive na floresta	1 2,2	0 0,0	1 1,1
Total de respostas	154 49,2	159 50,8	313 100,0
Total de respondentes	45 100,0	50 100,0	95 100,0

É ainda possível aferir por estes resultados, que estas crianças priorizam os traços de personalidade das princesas em vez dos traços físicos. No entanto, a beleza da princesa (46,3%) foi colocada acima de características como ser divertida (36,8%), ser inteligente (36,8%) e ser sensível (11,6%).

Assim, cruzando informação obtida com a questão anterior, as princesas Moana e Raya eleitas como as princesas favoritas do género feminino e masculino respetivamente,

são exemplo destas características, sendo populares precisamente por se oporem aos temas e valores representados nos primeiros filmes das princesas da Disney.

Estes valores revelam que estas crianças são influenciadas pela era moderna das princesas, as quais são retratadas por características que se afastam dos valores patriarcais das princesas das primeiras eras (Davis, 2006). Desta maneira percebemos que estes alunos e alunas preferem filmes das princesas que retratem movimento, ação e aventuras, nos quais as princesas apresentem traços de personalidade vincados, e se verifique a existência de temas progressivos, em oposição às princesas passivas e inseguras. Contudo, a influência da beleza não pode ser negada, visto que ainda é preponderante nas escolhas das crianças do género feminino.

No mundo ocidental, as crianças participam em vários tipos de brincadeiras, em que fingir que se é uma princesa é uma atividade muito popular (Marsh, 2014). A expressão de género na infância é marcada por brincadeiras de princesas, no entanto são vários os autores que classificam estas brincadeiras como perigosas para o conceito de feminilidade e restritivas para o crescimento das raparigas (Coyne et al., 2016; England et al., 2011). Estes autores defendem que fingir que se é uma princesa coloca as raparigas num percurso que contacta com vários estereótipos de género, no qual não existe espaço para a criatividade, em que os cenários recriados são espelho dos papéis de género tradicionais (Coyne et al., 2016; England et al., 2011).

Esta forma de brincar é popularmente vista como uma atividade associada ao género feminino, em que a participação de crianças do género masculino é limitada a este estereótipo de género, uma vez que as princesas representam culturalmente um arquétipo de feminilidade (Coyne et al., 2016). No entanto, Burton (2021) refuta esta ideia de que as brincadeiras de princesas na infância são unicamente prejudiciais e que apenas reproduzem estereótipos de género tradicionais e patriarcais. A autora defende que esta atividade é alargada a crianças de todos os géneros, uma vez que estas são capazes de tomar as suas próprias decisões no que toca às normas de género (Burton, 2021).

Interessava, pois, averiguar se as crianças costumam brincar fingindo que são princesas. Como se pode constatar no gráfico 5, as raparigas responderam maioritariamente que brincavam às princesas (71,1%), enquanto os rapazes responderam maioritariamente que não brincavam (72,0%). Estes resultados evidenciam o estereótipo de género de que estas brincadeiras são direcionadas apenas para raparigas. É possível combater a exclusão de crianças do género masculino de brincadeiras de princesas através da inserção de brinquedos sem género, e a intervenção de adultos é fulcral na explicação de questões de género, como as relações de género no contexto social. Deste modo, as crianças poderão

envolver-se em brincadeiras que permitam a criatividade, em respeito ao género (Burton, 2021).

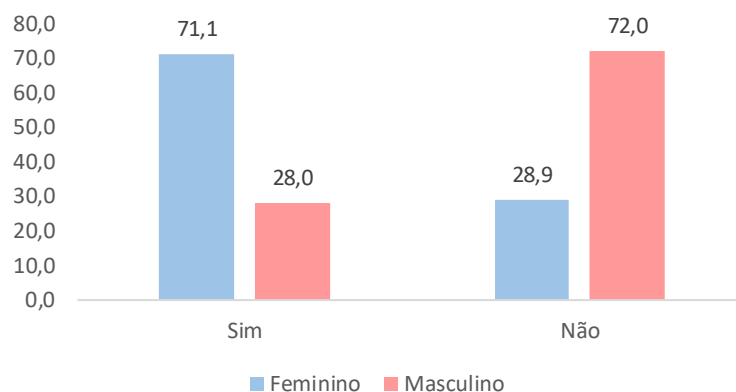


Gráfico 5- Brincam a fingir que são princesas (%)

As brincadeiras de crianças são essenciais para o seu desenvolvimento. Estas impactam positivamente a aprendizagem e a sua criatividade, uma vez que são o agente principal para tomarem iniciativa e formular situações em que agem de acordo com o seu entendimento do que é bom e do que é mau (Ashton et al., 2009). Nestas brincadeiras, as crianças expressam a sua visão pessoal do mundo e, utilizando os símbolos que veem nos *media*, criam mundos onde fundem as suas próprias perspetivas sociais com as figuras que lhes são apresentados neste meio e, assim, vão aprendendo os significados sociais e as relações sociais (Marsh, 2014). Os *media* são, portanto, uma fonte principal onde as crianças retiram noções culturais e as aplicam nas suas brincadeiras, principalmente nas brincadeiras de princesas. De acordo com Wholwend (2009), as brincadeiras de princesas da Disney são uma forma de expressão das crianças, que desafiam as normas sociais e as normas da identidade de género.

A partir do quadro 5, percebemos que as princesas que estas crianças mais fingem ser nas suas brincadeiras, são as princesas Anna (48,8%) e Elsa (34,9%), ambas da longa-metragem *Frozen*. Como pudemos perceber pela questão anterior, o gráfico 5 mostra-nos que as crianças que fingem ser princesas durante as brincadeiras são na maioria raparigas, portanto nesta questão também foram as raparigas que tiveram mais impacto na escolha. *Frozen* é um dos filmes mais populares e com mais sucesso da Disney, batendo recordes de bilheteira. Arrecadou milhões em receitas, ganhou vários prémios, incluindo o Óscar de melhor filme de animação no ano de 2013 e, continua a ter uma presença muito grande nos *media*, pela legião de fãs que conquistou. O filme não foi o único elemento aclamado pelo público, pois também o single *Let It Go* foi um estrondoso sucesso internacional, chegando

ao top 5 do Billboard Hot 100 e vencendo, em 2014, o prêmio da Academia de Melhor Canção Original.

Quadro 5 -Princesa que fingem ser nas brincadeiras, segundo o gênero (N e %)

	Gênero		Total
	Feminino	Masculino	
Anna (Frozen)	16 51,6	5 41,7	21 48,8
Elsa (Frozen)	13 41,9	2 16,7	15 34,9
Moana	11 35,5	3 25,0	14 32,6
Branca de Neve (Branca de Neve e os Sete Anões)	10 32,3	3 25,0	13 30,2
Ariel (A pequena Sereia)	11 35,5	1 8,3	12 27,9
Raya (Raya e o último dragão)	5 16,1	7 58,3	12 27,9
Bela (A Bela e o Monstro)	7 22,6	4 33,3	11 25,6
Cinderela	7 22,6	2 16,7	9 20,9
Aurora (Bela Adormecida)	5 16,1	3 25,0	8 18,6
Yasmin (Aladdin)	5 16,1	3 25,0	8 18,6
Merida (Brave)	6 19,4	0 0,0	6 14,0
Mulan	5 16,1	1 8,3	6 14,0
Rapunzel (Entrelaçados)	5 16,1	0 0,0	5 11,6
Tiana (A princesa e o sapo)	3 9,7	1 8,3	4 9,3
Pocahontas	1 3,2	1 8,3	2 4,7
Total de respostas	110 75,3	36 24,7	146 100,0
Total de respondentes	31 100,0	12 100,0	43 100,0

Estes resultados expressam a preferência por princesas modernas no momento das suas brincadeiras. Estas princesas são uma representação positiva de personagens modernas que quebram com os moldes de padrão do gênero, e às quais, estas crianças, dedicam o seu tempo e a sua atenção.

Tendo em conta o sucesso e a forte presença nos *media*, *Frozen* teve, e continua a ter, impacto na vida de milhões de crianças e adultos, algo observável pela constante procura de produtos e *merchandise* alusivos ao filme. Esta análise permitiu perceber que estas crianças, em particular as raparigas, representam nas suas brincadeiras duas personagens

femininas criadas a partir de uma visão atual do mundo moderno e por uma visão mais progressista no que toca ao feminino.

Devido à globalização dos filmes da Disney, esta corporação tem um enorme peso no modo como as crianças brincam e exteriorizam os estereótipos de género. Esta influência da Disney nas crianças deve-se à insistência e ao consistente marketing e comercialização de brinquedos (Wohlwend, 2009) e outros produtos, principalmente direcionados para o *franchise* das princesas. Deste modo, crianças de todo o mundo incorporam as princesas da Disney nas suas brincadeiras.

De acordo com Golden e Jacoby (2017), as brincadeiras de princesas são um obstáculo ao verdadeiro significado de feminilidade e criam noções estereotipadas de género quando estas brincadeiras são acompanhadas de objetos e brinquedos alusivos às princesas da Disney. No entanto Burton (2021), analisou a influência da Disney nesta atividade e concluiu que, de facto a Disney é uma base para a construção das personagens de princesas nas brincadeiras, devido à presença que tem nos *media*, mas não domina a essência das brincadeiras nem limita a criatividade e a expressão de género, refutando as ideias de outros autores (Coyne et al., 2016; Hine et al., 2018).

No quadro 6 é possível verificar que a maioria das raparigas que respondeu à pergunta, imagina que é uma princesa quando finge que tem o mesmo passatempo que esta (71,0%), como por exemplo ler, fazer tiro ao arco, cantar, pintar, etc. Já os rapazes que responderam (58,3%) preferem fingir que têm um castelo. Esta escolha poderá estar relacionada com a identificação destas crianças do género masculino às personagens principais masculinas que, muito frequentemente, se trata de príncipes que vivem em castelos. Nas brincadeiras de princesas, é frequente que as crianças do género masculino pretendam representar a personagem dos príncipes que socorrem as raparigas, reiterando a necessidade de diálogo entre adultos e crianças acerca das questões de género.

Quadro 6- O que fazem para fingirem ser princesas, segundo o género (N e %)

	Género		Total
	Feminino	Masculino	
Finjo que tenho o mesmo passatempo	22 71,0	4 33,3	26 60,5
Finjo que ando a cavalo	18 58,1	6 50,0	24 55,8
Finjo que tenho um castelo	16 51,6	7 58,3	23 53,5
Imito os gestos	17 54,8	5 41,7	22 51,2
Imito o modo de andar	17 54,8	5 41,7	22 51,2
Imito o modo de falar	15 48,4	5 41,7	20 46,5
Visto-me com a mesma roupa da Princesa	13 41,9	2 16,7	15 34,9
Finjo que governo o mesmo país	12 38,7	3 25,0	15 34,9
Finjo que me caso com um príncipe	8 25,8	4 33,3	12 27,9
Finjo que tenho um dragão	1 3,2	0 0,0	1 2,3
Finjo ser uma sereia	1 3,2	0 0,0	1 2,3
Crio Gelo	0 0,0	1 8,3	1 2,3
Finjo ter o mesmo cabelo	1 3,2	0 0,0	1 2,3
Imito como é que elas comem	1 3,2	0 0,0	1 2,3
Total de respostas	142 77,2	42 22,8	184 100,0
Total de respondentes	31 100,0	12 100,0	43 100,0

A análise destes dados indica que estas crianças criam brincadeiras de princesas, baseando-se principalmente na imaginação e criatividade, como, por exemplo, fingir que andam a cavalo (55,8%), que têm um castelo (53,5%), imitando gestos (51,2%) e o modo de andar (51,2%) e falar (46,5%). Vários autores dedicaram-se a tentar compreender a repercussão dos filmes da Disney no crescimento infantil. Um desses exemplos é de um estudo realizado em 2016 com um universo de 198 crianças, de modo a compreender o impacto do engajamento destas com os *media* e com a *merchandise* das princesas da Disney, nos comportamentos de género (Coyne et al., 2016). Este foi um estudo realizado durante um ano, com a participação de raparigas e de rapazes. Neste retiraram-se conclusões como a frequência da visualização dos filmes das princesas da Disney, sendo que 22% das raparigas

e 8% dos rapazes assistiam a estes filmes pelo menos uma vez por semana e, pelo menos uma vez por mês, estes filmes eram visualizados por 50% das raparigas e 29% dos rapazes. No que diz respeito à *merchandise*, 61% das raparigas responderam que brincavam pelo menos uma vez por semana com brinquedos do *franchise* das princesas. Os autores concluíram que crianças, tanto raparigas como rapazes, que revelavam números mais acentuados de engajamento com a *merchandise* e os filmes das princesas, exibiam comportamentos femininos estereotipados em relação à escolha de brinquedos, bem como à escolha de atividades.

Contrariamente ao ponto de vista deste (Coyne et al., 2016) e de alguns autores (por exemplo, Golden e Jacoby, 2017; Hine et al., 2018) que orientam os seus trabalhos acerca dos perigos e da restrição da criatividade da expressão de género que as brincadeiras de princesas causam nas crianças, principalmente auxiliadas de brinquedos/objetos alusivos às princesas, as crianças que responderam a esta pergunta utilizam principalmente a imaginação, e o recurso a objetos alusivos às princesas, como usar os seus vestidos/trajes (34,9%), é escolhido como opção apenas após todas as opções anteriormente referidas.

Um dado também importante a analisar na presente questão foi a resposta “Finjo que me caso com um príncipe” dada por quatro rapazes. Até 2021, os estúdios da Disney não lançaram qualquer longa-metragem animada com personagens da comunidade LGBTQ+, apesar de milhões de fãs se manifestarem, exigindo mais representação. Admitindo a representatividade como essencial no mundo atual e a necessidade que o espetador tem em se identificar com personagens representadas nos *media* é cada vez mais forte, é exetável que uma corporação com a magnitude da Disney crie personagens interessantes LGBTQ+ ou produza conteúdo com estes temas. No entanto, a Disney tem ainda um longo caminho a percorrer no que toca a construir uma imagem inclusiva.

Num panorama recente, a Disney lançou, finalmente, em 2022 o filme *Strange World* com uma personagem principal abertamente gay. Anteriormente a esta data, apenas em 2017 a Disney deu os primeiros passos na questão da representatividade, com o *live action* da *Bela e o Monstro*, no qual LeFou, uma personagem homossexual, se apaixonou por Gaston. Nos anos seguintes, tanto a Pixar como a Marvel Cinematic Universe (pertencentes à Disney) lançaram longas-metragens, nas quais existiam personagens da comunidade LGBTQ+. No *franchise* das princesas não existem temáticas nem personagens referentes a esta comunidade. Foi a partir da introdução da personagem Elsa em *Frozen*, que a voz dos fãs da Disney ganhou mais ímpeto, uma vez que esta foi introduzida como uma princesa que ascende ao trono sem a presença de um príncipe e sem qualquer interesse amoroso, em ambos os filmes de *Frozen* (Vaz et al., 2016). A cultura atual de filmes presentes nos *media*

tenta, cada vez mais, criar ligação com o seu público, o qual é extremamente variado em termos de valores, orientação sexual, gostos, crenças, religião, etc. Desta forma, assistimos a uma maior oferta em questões de representatividade e inclusão nestes filmes, abordando temáticas do género, sexualidade e comunidade LGBTQ+ (Vaz et al., 2016). Assim, e uma vez que os *media* estão presentes no quotidiano da maioria da população, é possível que as crianças estejam familiarizadas com estes temas e consigam identificar-se, algo possível de verificar com estes quatro rapazes, que poderão ou não fazer parte da comunidade LGBTQ+.

5.2 O que são e o que devem ser as princesas

Apesar de estabelecida a influência e o efeito das princesas da Disney no crescimento das crianças, como figuras que moldam a sua forma de pensar, ainda persiste um debate sobre o real significado do que é ser uma princesa, na visão das crianças. É colocada a questão se uma princesa será, apenas no sentido literal da palavra, descendente da realeza, ou se será um conceito de conto de fadas, que se afigura como um modelo a seguir para milhões de crianças (Burton, 2021).

Para estas crianças, a característica que mais consideram que uma princesa deve ter para obter este estatuto é ser educada (60,0%), seguida de ser divertida (54,7%) e, em terceiro lugar, é ser corajosa (52,6%), tal como mostra o quadro 7. Estas três características são do foro psicológico e não estão diretamente relacionadas com essa noção de realeza e de ascendência real (apenas 2,1% deu importância ao fator da realeza). As escolhas destas crianças revelam que o seu entendimento do que é uma princesa está associado a factos da vida real e a traços de personalidade, percebidos no seu dia a dia, e não tanto a fatores de contos de fadas.

A definição de princesa, para alguns autores, está diretamente relacionada com a aquisição de produtos, *merchandise* e roupas alusivas aos filmes de princesas da Disney (Orenstein, 2011; Hine et al., 2018). No entanto, a minha análise apurou que esta afirmação não corresponde à realidade das opiniões das crianças participantes no estudo. Visto que esta questão permitia não só respostas fechadas, mas também respostas abertas, estas crianças tinham a liberdade de opinar que vestidos, tiaras, varinhas mágicas, cetros e muitos outros artigos associados a princesas, seriam fulcrais para a sua definição de princesa. Contudo, tal não se verificou e aferiu-se que estas priorizam fatores pessoais e de personalidade, em detrimento dos fatores físicos, como o aspeto, e dos bens materiais.

Quadro 7- O que é ser uma princesa, segundo o género (N e %)

	Género		Total
	Feminino	Masculino	
Ser educada	31 68,9	26 52,0	57 60,0
Ser divertida	30 66,7	22 44,0	52 54,7
Ser corajosa	31 68,9	19 38,0	50 52,6
Tratar bem as outras pessoas	28 62,2	22 44,0	50 52,6
Ter algum talento	27 60,0	20 40,0	47 49,5
Ser aventureira	25 55,6	22 44,0	47 49,5
Ser bonita	26 57,8	19 38,0	45 47,4
Ser inteligente	23 51,1	20 40,0	43 45,3
Ter um castelo	15 33,3	21 42,0	36 37,9
Ter um príncipe	14 31,1	15 30,0	29 30,5
Obedecer a outras pessoas	7 15,6	12 24,0	19 20,0
Ter dinheiro	5 11,1	13 26,0	18 18,9
Ser sensível	10 22,2	7 14,0	17 17,9
Ser tímida	8 17,8	6 12,0	14 14,7
Mandar nas outras pessoas	5 11,1	4 8,0	9 9,5
Ser filho de reis	0 0,0	2 4,0	2 2,1
Cuidar das outras pessoas	1 2,2	0 0,0	1 1,1
Bondosa	0 0,0	1 2,0	1 1,1
Pensar da mesma forma	1 2,2	0 0,0	1 1,1
Total de respostas	287 53,3	251 46,7	538 100,0
Total de respondentes	45 100,0	50 100,0	95 100,0

Porém, é possível verificar que certas opções como “ser bonita”, “ter um príncipe” e “obedecer a outras pessoas” têm também várias respostas. 47,4% destas crianças acredita que ser bonita é um fator necessário para a definição de princesa, em especial as raparigas (57,8%). O fator da beleza foi o tema central dos filmes das princesas da Disney durante várias décadas. O amor à primeira vista era um tema explorado na maioria dos filmes das princesas, colocando um enorme enfoque na aparência física e na importância desta para viver uma vida feliz e preenchida (Tanner et al., 2003). Durante vários anos, a moral transmitida pela Disney

exprimiam que a beleza da mulher branca tinha o poder de mudar o destino desta, se apenas se focassem em parecer bonitas, graciosas, passivas e delicadas (Inge, 2004). Esta beleza era descrita como o fator fulcral para encontrar o verdadeiro amor, uma vez que estes príncipes se apaixonavam meramente por verem a princesa pela primeira vez. A figura do príncipe surge para libertar e salvar a princesa, uma vez que esta não tem autonomia para controlar o seu destino. O príncipe encontra uma princesa submissa e obediente a uma personagem ou personagens masculinas, normalmente do seu seio familiar. Esta ideia é facilmente captada pelas crianças, uma vez que estes filmes são vistos por estas repetidamente e, como é possível observar no quadro 7, “ter um príncipe” é igualmente importante para ambos os géneros (31,1% de raparigas e 30,0% de rapazes) na definição de princesa, bem como “obedecer a outras pessoas” com 15,6% de respostas de raparigas e 24,0% de rapazes que consideram que ser princesa implica obedecer a outras figuras, algo que é representado em grande parte destes filmes.

Desde os anos 30 até à época moderna, que os filmes das princesas incutem às crianças, em particular às raparigas, que a beleza é essencial para a felicidade de um indivíduo, e, anteriormente à era moderna das princesas, a beleza da raça branca era considerada como padrão. Uma vez que a cultura destes filmes está extremamente enraizada nos *media*, aliada à transmissão de geração em geração entre avós/ôs, mães, pais e filhos/as, existe uma grande probabilidade de que esta beleza seja vista como essencial para a definição de princesa, uma vez que a maioria dos enredos retrata este tema como ponto central da história. No quadro 7 podemos observar que são mais raparigas (57,8%) do que rapazes (38,0%) que consideram que uma princesa precisa de ser bonita, já que estes filmes são um fenómeno extremamente poderoso na vida de crianças do género feminino e têm o poder de as influenciar (Lacroix, 2004).

A domesticidade e a obediência da mulher foram temas bastante explorados nestas longa-metragens, transmitindo estes valores patriarcais às crianças. A figura da princesa foi constantemente representada, ao longo dos anos, como uma mulher frágil, bonita, obediente e ansiosa pelo salvamento de um príncipe, aspetos que impactaram o modo como as crianças estabelecem a sua ideia do que significa ser uma princesa.

No que diz respeito ao que gostariam de ter ou ser em relação à sua princesa favorita, a maioria das raparigas escolheu que gostaria de ser corajosa (64,4%), enquanto a maioria dos rapazes escolheu que gostaria de ser aventureiro como a sua princesa favorita (52,0%), como se observa no quadro 8. Esta questão permitia respostas abertas, para além das opções que eram dadas, e o que se pode verificar é que a maioria destas crianças privilegiou, principalmente, características psicológicas e de carácter.

Quadro 8- O que gostariam de ser ou ter da princesa favorita, segundo o género (N e %)

	Género		Total
	Feminino	Masculino	
Ser corajosa	29 64,4	24 48,0	53 55,8
Ser aventureira	27 60,0	26 52,0	40 42,1
Ter o seu castelo	19 42,2	21 42,0	39 41,1
Ser carinhosa	20 44,4	19 38,0	34 35,8
Ser engraçada	17 37,8	17 34,0	33 34,7
Ter a sua beleza	21 46,7	12 24,0	31 32,6
Ter a sua roupa	19 42,2	12 24,0	22 23,2
Ter o seu passatempo	14 31,1	8 16,0	16 16,8
Ter o seu namorado	9 20,0	7 14,0	3 3,2
Ter um dragão	1 2,2	2 4,0	3 3,2
Ter a espada do pai da Raya	1 2,2	2 4,0	1 1,1
Ter o seu dinheiro	0 0,0	1 2,0	1 1,1
Ter o seu talento	1 2,2	0 0,0	1 1,1
Total de respostas	178 54,1	151 45,9	329 100,0
Total de respondentes	45 100,0	50 100,0	95 100,0

São vários os estudos (Golden e Jacoby, 2017; Wohlwend, 2009) que apontam que objetos, como brinquedos e *merchandise* estão constantemente presentes nas brincadeiras de princesas, existindo uma associação entre a definição de princesa e a utilização de objetos alusivos aos filmes, como peças de vestuário, bonecas, coroas, etc. As princesas da Disney têm uma enorme prevalência nos *media*, que é acompanhada e amplificada por milhões de produtos alusivos a cada uma das princesas (Golden e Jacoby, 2017). Assim, é expetável que crianças de todos os géneros brinquem às suas princesas favoritas utilizando os produtos que lhes são comercializados. May (2011) e Orenstein (2011) acreditam que não é possível escapar ao *marketing* destes produtos e que são estes que ampliam a conexão das crianças às princesas que veem no ecrã, alimentando certos estereótipos de género relativos à personalidade e ao aspeto físico de uma mulher.

No entanto, estes resultados revelam que aquilo que é retirado por estas crianças, principalmente das personagens das princesas, são as caraterísticas psicológicas. Traços de personalidade como ser corajosa, ser aventureira, ser sensível e ser engraçada são, para estes rapazes e raparigas, as caraterísticas que mais observam e retiram da sua princesa

favorita, e sobrepõem-se a características materiais como, por exemplo, ter roupas de princesa. Assim, percebemos que a maioria destas crianças prefere fingir que é uma princesa imitando as características psicológicas das suas princesas favoritas e, para tal, não dependem de objetos ou produtos.

Ainda assim, estes resultados contêm expectativas sociais de cada género. A construção do género na infância é fortemente influenciada pelos estereótipos de género e estes, bem como as expectativas que as pessoas têm em relação ao género, causam preocupação na formação da identidade das crianças, uma vez que estas expectativas forçam raparigas e rapazes a comportarem-se de uma certa forma (Golden e Jacoby, 2017). O modo como as crianças interagem com pessoas, a maneira como brincam e escolhem brinquedos e a forma de vestir são afetados pelas expectativas de género, limitando a sua expressão (Ramsey, 1998). Os estereótipos de género são diferentes para homens e mulheres: as características socialmente atribuídas a homens estão relacionadas com agressividade, independência, firmeza, autoconfiança, força, inteligência e a cargos de liderança no contexto laboral (Rudman et al., 2012); às mulheres estão associadas características principalmente do foro emocional, psicológico e a características maternas (Rudman et al., 2012). De acordo com Bussey e Bandura (1999), as crianças captam estereótipos de género desde muito cedo e aprendem comportamentos de género estereotipados através da observação de modelos do seu quotidiano ou presentes nos *media*.

Assim, pela constante repetição de temáticas presentes num determinado conteúdo consumido pela criança, é considerado natural a aprendizagem e a interiorização de estereótipos de género. Estes modelos podem ser encontrados nos filmes das princesas da Disney, nos quais são representadas, em vários filmes, personagens com características estereotipadas. Nos vários tipos de *media* direcionados para crianças, são facilmente encontrados estereótipos de género: em grande parte deste conteúdo, as personagens masculinas têm um papel de destaque em relação às personagens femininas, liderando o enredo e revelando características de inteligência, destreza e criatividade, enquanto as personagens femininas são representadas como bonitas, atrativas, simpáticas e frágeis (Aubrey e Harrison, 2004). Nos filmes das princesas da Disney é possível verificar que o mesmo acontece com várias personagens e, deste modo, é expectável que os rapazes tenham tendência para representar as características tradicionalmente masculinas e o mesmo para as raparigas. No entanto, estes resultados revelam que, ainda que em menor quantidade em relação às raparigas, um número considerável de rapazes se identifica com características tradicionalmente associadas ao feminino como “Ter a sua beleza” (24,0%), “Ter a sua roupa” (24,0%) e “Ter o seu namorado” (14,0%), rompendo com a tradicional representação do casal heterossexual príncipe-princesa.

No início do século XXI, alguns autores consideraram que os filmes da Disney, em particular os seus temas, mensagens e construção de personagens femininas, não evoluíram ao ritmo dos avanços da sociedade e mantêm a essência dos filmes mais antigos das princesas da Disney (Towbin et al., 2004; Wiersma, 2000). A preocupação destes autores deve-se à representação estereotipada da mulher nestes filmes, verificada pela fragilidade e inocência atribuída às princesas, pela dependência e necessidade de salvamento por uma personagem masculina, pelo enfoque no casamento e pelo ideal irreal de beleza que transmitem (Giroux, 1994; Lacroix, 2004).

Contudo, tendo agora em conta também as princesas mais recentes, existem autores que defendem que esta tendência não se verifica em todos os filmes de princesas da Disney, e acreditam que os filmes recentes oferecem uma visão moderna às crianças, representando princesas confiantes, corajosas e destemidas, com ideais de beleza que rompem com estereótipos, e princesas com capacidade de alcançar os seus desejos, desafiando obstáculos, tornando-se assim modelos, ou mesmo heroínas, para as crianças (Burton, 2021; Frankel, 2004).

A pergunta “Há alguma coisa que tu aches que as princesas da Disney não conseguem fazer, mas tu consegues? Se sim, que coisas?” permitia que as crianças elaborassem as suas próprias respostas, e a resposta mais recorrente foi “Não”, isto é, estas crianças acreditam que não existe nada que as princesas não consigam fazer que elas mesmas consigam. Tal se verificou em 60,0% das raparigas e 54,0% dos rapazes. Estes resultados apontam que estas crianças poderão não interiorizar alguns dos estereótipos presentes nos filmes que prejudicam o significado de feminilidade, ou simplesmente sentem que existe uma ligação entre elas e as suas princesas favoritas, mesmo com os estereótipos de género associados. Como referido anteriormente, verifica-se a presença destes estereótipos na personalidade de várias princesas da Disney, uma vez que é dado demasiado destaque às roupas que empregam e aos seus atributos físicos, constantemente retratados como perfeitos, suaves e lindos. Algumas destas princesas não têm personalidades fortes e são quase sempre retratadas com qualidades positivas como ser doce, amigável, bem-educada, tímida, obediente, etc, de modo a associar a mulher à perfeição. Tal como as princesas, as personagens principais masculinas também são alvo de estereótipos, uma vez que são retratados várias vezes como fortes, bonitos e elegantes, destemidos, aventureiros, inteligentes, lutadores e essenciais para proteger a princesa (Garrido, 2018).

Perante os resultados, é possível verificar que existe um maior número de respostas de rapazes (26 respostas) a considerar que as princesas não conseguem fazer certas

atividades dinâmicas, em comparação com 18 respostas de raparigas que têm a mesma opinião que os rapazes.

A partir dos dados presentes no quadro 9, as crianças revelam que uma princesa não está limitada à sua definição estereotipada e é capaz de fazer tudo o que estas crianças também conseguem fazer, algo que se pode justificar pela representação da princesa nos filmes mais recentes da Disney, onde é possível assistir ao empoderamento e independência da mulher para representar uma mulher real. Contudo, não é possível escapar totalmente a todos os estereótipos de princesas, já que a segunda resposta mais popular foi “Não conseguem jogar futebol” com 6,7% de respostas das raparigas e 26,0% de respostas dos rapazes, mostrando que alguns rapazes entendem que jogar futebol é uma atividade exclusiva masculina e que as princesas não reúnem condições para praticar este desporto. Para além de jogar futebol, estas crianças consideram que existem tarefas que as princesas não conseguem executar, sendo que existem 29 respostas que contemplam atividades principalmente físicas. “Ter flexibilidade”, “Fazer ginástica”, “Fazer ballet”, “Fazer parkour”, “Fazer mortais”, “Subir às árvores”, “Construir Legos”, “Andar de bicicleta e a cavalo”, “Nadar”, foram algumas das respostas dadas por rapazes e raparigas. Estes alunos e alunas em específico, consideram que a princesa é um ser pouco ativo, passivo, estático e sem capacidade para completar atividades que obriguem a um esforço físico. Esta ideia remete para as princesas da era Clássica, na qual as princesas tinham uma participação pouco ativa, sem interesse por passatempos ou atividades ao ar livre, exibindo uma postura passiva (Davis, 2006). Assim, ainda que a maioria destes estudantes considere que as princesas são capacitadas para fazer tudo aquilo que uma mulher do mundo real consegue, ainda persiste uma conceção de princesa pré-moderna, construída à imagem do homem do século XX, frágil, desprovida de paixões e remetida para o seio familiar, sem aptidão para desportos ou ocupações que envolvam movimentar o corpo com esforço.

Quadro 9- Se pensam que as princesas não conseguem fazer certas coisas, segundo o género (N e %)

	Género		Total
	Feminino	Masculino	
Não	27 60,0	27 54,0	54 56,8
Jogar futebol	3 6,7	13 26,0	16 16,8
Irem à escola	4 8,9	0 0,0	4 4,2
Parkour	1 2,2	1 2,0	2 2,1
Serem bonitas	0 0,0	1 2,0	1 1,1
Nadar	0 0,0	1 2,0	1 1,1
Ter uma tartaruga	1 2,2	0 0,0	1 1,1
Carregar móveis e objetos	1 2,2	0 0,0	1 1,1
Desenhar	0 0,0	1 2,0	1 1,1
Ter flexibilidade	1 2,2	0 0,0	1 1,1
Defender-se	0 0,0	1 2,0	1 1,1
Fazerem amigas	0 0,0	1 2,0	1 1,1
Ter um trabalho	0 0,0	1 2,0	1 1,1
Fazer mortais	0 0,0	1 2,0	1 1,1
Dançar	1 2,2	0 0,0	1 1,1
Serem doidas	1 2,2	0 0,0	1 1,1
Fazerem ginástica	1 2,2	0 0,0	1 1,1
Fazer ballet	1 2,2	0 0,0	1 1,1
Subirem às árvores	0 0,0	1 2,0	1 1,1
Fazerem poções	1 2,2	0 0,0	1 1,1
Terem um castelo	0 0,0	1 2,0	1 1,1
Jogar basketball	1 2,2	0 0,0	1 1,1
Construir Legos	0 0,0	1 2,0	1 1,1
Criar jogos	0 0,0	1 2,0	1 1,1
Andar de bicicleta e cavalo	0 0,0	1 2,0	1 1,1
Construir transportes	1 2,2	0 0,0	1 1,1
Não sei	1 2,2	0 0,0	1 1,1
Total de respostas	46 46,5	53 53,5	99 100
Total de respondentes	45 100,0	50 100,0	95 100,0

Anteriormente à era moderna das princesas da Disney, características como força, poder e liberdade não eram tradicionalmente associadas às princesas. As personagens normalmente associadas a estas características eram as vilãs das histórias. Estas longas-metragens clássicas propunham princesas frágeis e submissas, associando-as a bondade e a delicadeza. Em oposição, as personagens femininas que possuíssem poder ou procurassem-no, que mostrassem independência e capacidade em tomar decisões, eram consideradas vilãs (Daalmans e van Kessel, 2014). Assim, as personagens femininas fortes eram constantemente associadas ao mal, transmitindo a mensagem às crianças que uma mulher forte não é algo louvável.

A partir do quadro 10, percebemos que a maioria das crianças consideram que as princesas são fortes. Contudo, são mais as raparigas a ter essa percepção (64,4%) do que os rapazes (52,0%). A maioria das respostas associa força e princesas, uma vez que a partir de 2009 a Disney apostou na imagem de princesas fortes, independentes e corajosas com enredos associados a descobertas, aventura e amor no seio familiar, afastando-se cada vez mais das princesas da primeira era. No entanto, devido à influência e alcance que as primeiras princesas tiveram no mundo, uma vez que definiram o conceito de princesa para milhões de crianças e jovens e abriram portas para a criação e desenvolvimento de filmes de animação, é natural que muitas crianças associem as princesas da era clássica ao real conceito de princesa. Estas não mostravam traços de força ou independência e, assim, as crianças podem interiorizar que ser princesa não é sinónimo de mulher forte, como podemos verificar pelos 20,0% de raparigas e 22,0% de rapazes deste estudo, que acreditam que as princesas da Disney não são fortes.

Quadro 10- O que as princesas são, segundo o género (N e %)

	Sim	Não	Não sei
As princesas da Disney são fortes			
Feminino	29 64,4	9 20,0	7 15,6
Masculino	26 52,0	11 22,0	13 26,0
As princesas da Disney são bondosas			
Feminino	43 95,6	0 0,0	2 4,4
Masculino	43 86,0	1 2,0	6 12,0
As princesas da Disney são inteligentes			
Feminino	35 77,8	2 4,4	8 17,8
Masculino	38 76,0	7 14,0	5 10,0
As princesas da Disney são bonitas			
Feminino	43 95,6	1 2,2	1 2,2
Masculino	37 74,0	10 20,0	3 6,0
As princesas da Disney precisam de príncipes			
Feminino	16 35,6	25 55,6	4 8,9
Masculino	24 48,0	17 34,0	9 18,0
As meninas precisam de ser bonitas para serem princesas da Disney			
Feminino	4 8,9	38 84,4	3 6,7
Masculino	7 14,0	36 72,0	7 14
As meninas e os meninos gostam de brincar a fingir que são princesas			
Feminino	26 57,8	6 13,3	13 28,9
Masculino	22 44,0	19 38,0	9 18
As princesas da Disney parecem-se fisicamente com pessoas reais			
Feminino	27 60,0	10 22,2	8 17,8
Masculino	24 48,0	18 36,0	8 16,0

Relativamente à relação entre bondade e princesas, estas crianças consideraram, na grande maioria, que as princesas da Disney são bondosas, sobretudo as raparigas: 95,6% das raparigas e 86,0% dos rapazes. As histórias destes filmes retratam, sem exceção, princesas bondosas e piedosas. A bondade é uma característica recorrente na definição de princesa (Dale et al., 2016; Leaper et al., 2002) e as princesas da Disney praticam ações ao longo do filme que mostram a sua bondade com os outros. No entanto, a bondade de certas princesas é confundida com o ato de tentar agradar aos outros, mesmo que sejam injustiçadas e tratadas de maneira cruel (Shannon, 2015). Exemplo disso é a princesa Branca de Neve que aceita a sua expulsão do reino e, quando encontra a casa dos Sete Anões, decide,

alegremente, limpá-la, mesmo quando é maltratada pelo anão Zangado. Cinderela tem uma atitude bondosa e compreensiva com a madrasta e as suas filhas, mesmo sofrendo com o tratamento que estas a submetem. Aurora é retratada como bondosa, pela forma como interage com as pessoas e os animais, no entanto passa a maior parte da sua vida a dormir e, quando finalmente desperta do feitiço, esta não procura respostas nem sente revolta com a situação a que foi sujeita. Assim, nestes primeiros filmes, as crianças eram ensinadas a respeitar, aceitar e a ter um comportamento pró-social (Padilla-Walker et al., 2013) em situações de maus-tratos ou de injustiça (Shannon, 2015).

Estes dados revelaram que crianças do género feminino assimilam a bondade das princesas mais facilmente que as crianças do género masculino e, de acordo com os resultados obtidos do estudo de Coyne et al. (2016) acerca do comportamento pró-social em relação às princesas da Disney, também as raparigas indicaram um maior nível de comportamentos pró-sociais, de maneira geral, em relação aos rapazes. No entanto, os autores averiguaram também que a visualização dos filmes das princesas da Disney não contribui para os comportamentos pró-sociais das raparigas (Coyne et al., 2016).

Contudo, e apesar da bondade ser uma característica presente em todos os filmes de princesas, esta faceta distancia-se da atitude das primeiras princesas nos filmes mais recentes. Rapunzel é um exemplo de princesa bondosa pela forma como trata os animais e as pessoas que vai encontrando na sua aventura. É também bondosa para Gothel, que acredita ser sua mãe, apesar desta nunca permitir que Rapunzel saia da torre. Apesar desta atitude de obediência e bondade para com Gothel, a partir do momento em que percebe que esta lhe mente, Rapunzel revolta-se e deixa de respeitar Gothel, assumindo uma postura assertiva e forte.

A dualidade "bem" e "mal" é retratada em grande parte dos filmes da Disney. A bondade é uma característica recorrentemente associada aos heróis destas narrativas, portanto é natural que esta característica seja associada a estas princesas, as heroínas destas histórias.

Voltando ao quadro 10, 77,8% das raparigas acredita que as princesas são inteligentes e 76,0% dos rapazes têm a mesma opinião. Os filmes das princesas da era moderna, e até mesmo do Renascimento, representam princesas com características de mulheres reais. Estes filmes oferecem aos espetadores personagens femininas inteligentes, capazes e talentosas. Bela de *Bela e o Monstro* é uma rapariga que gosta de ler, participa nas descobertas científicas do seu pai e utiliza as suas capacidades mentais para se libertar de situações complicadas. Merida quer mostrar ao seu pai e ao reino que tem tanto capacidade física como mental para governar um povo sem a ajuda de um príncipe. Rapunzel é uma rapariga com

vários talentos, inteligente e com bom-senso. Esta desafia o destino imposto por Gothel que a obriga a permanecer fechada numa torre. Compreendemos assim, que estas crianças, tanto raparigas (77,8%) como rapazes (76,6%) possuem a capacidade de reconhecer novos símbolos como a inteligência nos filmes das princesas.

A quase totalidade das raparigas (95,6%) acredita que as princesas da Disney são bonitas, tal como a maioria dos rapazes (74,0%), no entanto 20,0% destes expressaram que não consideram as princesas bonitas. Orenstein (2011) reflete acerca da aparência física das princesas da Disney e conclui que a maioria apresenta o mesmo tipo de traços físicos, principalmente ao nível da magreza. A maioria destas princesas apresenta corpos magros, altos e com cinturas extremamente finas, transmitindo a mensagem às crianças de que estes corpos representam o ideal de beleza corporal da mulher (Lacroix, 2004). Coyne et al. (2016) teorizam que a representação da beleza e da magreza nos filmes das princesas da Disney poderão incutir às crianças, principalmente raparigas, que ser bonita é essencial para o comportamento feminino. No entanto, os valores do quadro 10 revelam uma posição contrária à afirmação anterior, uma vez que 84,4% das raparigas e 72,0% dos rapazes afirmam que não é necessário as meninas serem bonitas para serem princesas da Disney. Esta ideia parece estar, no entanto, mais generalizada entre as raparigas do que entre os rapazes.

Ainda segundo o mesmo quadro, 35,6% das raparigas acredita que as princesas precisam de príncipes, no entanto, a maioria (55,6%) é da opinião que as princesas da Disney não necessitam de príncipes. Já 48,0% dos rapazes respondem que as princesas necessitam de príncipes e apenas 34,0% afirmam que não necessitam. Estes dados salientam, novamente, a compreensão das representações mais afastadas dos estereótipos de género por parte das raparigas. Os estudos mencionados ao longo deste trabalho apontam como o *franchise* das princesas está direccionado, principalmente, para raparigas (Coyne et al., 2016; Golden e Jacoby, 2017). No entanto, também vimos anteriormente como o engajamento deste *franchise* com rapazes tem sido cada vez mais forte. Estes resultados, da ótica masculina, podem ser justificados pelo facto de as crianças do género masculino que assistem aos filmes e participam em brincadeiras de princesas, estão também focados e interessados nos príncipes que surgem no ecrã. O motivo pelo qual algumas das crianças do género masculino assistem aos filmes das princesas da Disney, poderá ser por quererem ver a história dos príncipes. Se as raparigas fazem comparações entre si e as princesas (Wohlwend, 2009), os rapazes também poderão fazer estas comparações com os príncipes, seja a nível físico, de personalidade, de passatempos, etc. Assim, para estes rapazes, a presença de príncipes

poderá ser um elemento fulcral na suscitação do seu interesse por estes filmes e, dessa forma, pode levá-los a considerar que as princesas necessitam de príncipes.

No que toca às opiniões das raparigas, a sua maioria (55,6%) aponta as princesas da Disney como independentes de príncipes, uma vez que os filmes da era moderna vieram romper com alguns dos ideais patriarcais. Com os novos filmes, as raparigas podem aprender a ser independentes e fortes, uma vez que se deparam com princesas heroínas, em vez de princesas que se limitam a ser bonitas. Estas novas princesas são curiosas, questionam o seu papel enquanto mulher e recusam a ideia de que necessitam de um homem que as salve, sendo elas mesmo que se salvam a si e à sua família/amigos.

A Disney, num contexto recente, criou princesas independentes, competentes e no centro da história. Contudo, ainda assistimos às aventuras e jornadas destas acompanhadas por um homem, como por exemplo em *Entrelaçados*, *Frozen*, *Moana*, *Raya e o Último Dragão* e *Princesa e o Sapo*. Estas personagens masculinas são solicitadas pelas princesas para as acompanhar, algo que revela insegurança e falta de confiança em si mesmas para completar a sua procura por soluções. Assim, apesar de a Disney tentar criar histórias que recusem os papéis de género tradicionais, ainda nos apresenta princesas inseguras e com necessidade de serem acompanhadas na sua jornada.

Embora o *franchise* das princesas da Disney seja mais popular entre as raparigas, existe cada vez mais um público maior de crianças do género masculino. Os novos filmes da Disney apostam em princesas mais andróginas, em cenas de ação e em personagens masculinas com histórias e personalidades mais vincadas e detalhadas que apelam à atenção de crianças do género masculino. De acordo com a conclusão de Bussey e Bandura (1999), as crianças, nomeadamente rapazes, que são espetadores dos filmes das princesas da Disney, comparativamente a rapazes que não assistem a estes filmes, poderão mostrar menos atitudes estereotipadas relativamente ao género, durante as suas brincadeiras. O quadro 10 mostra que 57,8% das raparigas acreditam que tanto raparigas como rapazes gostam de brincar a fingir que são princesas e apenas 13,3% acredita que isto não é verdade. Já os rapazes, 44,0% considera que raparigas e rapazes gostam de fingir que são princesas, no entanto também uma percentagem alta, 38,0%, de rapazes respondeu que “Não”. Uma percentagem expressiva de crianças do género masculino deste estudo (44,0%), concretamente 22 rapazes, opina que as brincadeiras de princesas podem ser para ambos os géneros retratados, ainda que não seja uma opinião maioritária como é para as raparigas, em que 57,8% das alunas acredita que rapazes e raparigas podem brincar às princesas. Coyne et al. (2016) constataram que os filmes das princesas da Disney podem ser uma importante fonte de modelos de feminilidade e de androginia para rapazes que assistem a estas longas-

metragens, em comparação com as imagens de hipermasculinidade que são predominantes nos *media*.

As personagens masculinas da era moderna das princesas, em particular os príncipes, distanciam-se da imagem dos príncipes das eras anteriores, uma vez que exibem traços de personalidade fortes em relação aos príncipes anteriores, os quais não tinham uma intervenção muito ativa e eram vistos apenas como “encantados” e perfeitos. Estes novos príncipes, como por exemplo Flynn Ryder e Naveen, exibem comportamentos associados a traços tanto masculinos como femininos e revelam não ser perfeitos nas suas decisões, aproximando-se mais de pessoas reais. Desta forma, surge a oportunidade para as crianças do género masculino e fãs destes filmes de se identificarem com estas personagens (England et al., 2011). Os valores apresentados no quadro 10 estão em concordância com as afirmações anteriores, no entanto ainda existe um número significativo de crianças do género masculino com crenças estereotipadas acerca das brincadeiras que consideram corretas para rapazes e raparigas.

De acordo com os resultados obtidos expressos no mesmo quadro, 60,0% das raparigas crê que as princesas da Disney se parecem com pessoas reais e 48,0% dos rapazes afirmam o mesmo. Parecem ser, assim, as raparigas que mais refletem nos esforços dos filmes mais recentes das princesas na representação da diversidade cultural destas. Apesar de todas as princesas apresentarem estruturas corporais semelhantes, a Disney tem vindo a incorporar diferentes etnias, tons de pele, culturas, tipos de cabelo e roupas.

Na era Clássica, as princesas são representadas como possuindo uma beleza única, elegantes, graciosas, com corpos finos e cabelos perfeitos, apesar de representarem raparigas ainda adolescentes. Estas imagens não correspondem à realidade de milhões de raparigas durante a sua adolescência, altura em que estão em fase de crescimento e o seu corpo sofre grandes alterações. Na era do Renascimento, as histórias retratam princesas com interesses pessoais, passatempos, sonhos e objetivos, e introduzem princesas como Mulan e Pocahontas, demonstrando um esforço na representação de diversidade. No entanto os corpos destas não revelam diferenças significativas, ao nível estrutural do corpo, comparativamente às princesas anteriores. A partir dos anos 2000, o tema “donzela em perigo” foi deixado cada vez mais para trás e a Disney passou a oferecer aos espetadores, princesas fortes, inteligentes, aventureiras e corajosas que se afastam da imagem de princesa perfeita. Nesta era moderna, foram lançados filmes de princesas de diferentes etnias e países, cores de pele e tipos de cabelo. Estas recusam o seu destino pré-estabelecido e constroem o seu futuro, focando-se nos seus objetivos e a sua beleza não é essencial para determinar quem realmente são. Esta nova abordagem de princesas pode justificar a opinião destas

crianças, uma vez que são expostas a diferentes tipos de princesas no ecrã que se assemelham a pessoas reais, ainda que a Disney tenha um longo caminho a percorrer no que toca à representação de corpos femininos reais afastados da tradicional princesa esguia, alta, com pele sem imperfeições e cabelos arranjados.

5.3 Características e atividades das princesas

Pretendia-se, também, que as crianças associassem as princesas a determinadas características.

As mudanças da Disney no rumo do *franchise* das princesas pretendem representar as mudanças reais que ocorreram nos direitos da mulher. Branca de Neve, Aurora e Cinderela são princesas passivas, indefesas e frágeis, não tomam iniciativa, não têm um papel ativo durante todo o filme e esperam ser salvas por um príncipe (Daalmans e van Kessel, 2014). Estas três princesas expressam um estereótipo de mulher que deve simplesmente aceitar as adversidades da vida, sem lutar para ultrapassar certas dificuldades e sem opinião própria ou voz para se defender. A sua atitude inativa e de aparente felicidade mesmo sofrendo nas mãos das vilãs, foi representada pela Disney como sinónimo de bondade (Davis, 2006), ou seja, uma princesa passiva seria obrigatoriamente bondosa. Esta questão é apontada pelas crianças deste estudo, uma vez que 22,2% das raparigas e 24% rapazes escolheu Branca de Neve como resposta à pergunta “Qual é a princesa que achas que é a mais bondosa?”.

Quadro 11- Princesa mais bondosa, segundo o género (N e %)

	Género		Total
	Feminino	Masculino	
Branca de Neve	10 22,2	12 24,0	22 23,2
Anna (Frozen)	9 20,0	10 20,0	19 20,0
Ariel (A Pequena Sereia)	7 15,6	4 8,0	11 11,6
Moana	8 17,8	2 4,0	10 10,5
Raya (Raya e o Último Dragão)	3 6,7	6 12,0	9 9,5
Aurora (Bela Adormecida)	2 4,4	3 6,0	5 5,3
Elsa (Frozen)	2 4,4	2 4,0	4 4,2
Bela (A Bela e o Monstro)	2 4,4	1 2,0	3 3,2
Rapunzel (Entrelaçados)	0 0,0	3 6,0	3 3,2
Yasmin (Aladdin)	1 2,2	1 2,0	2 2,1
Merida (Brave)	1 2,2	0 0,0	1 1,1
Mulan	0 0,0	1 2,0	1 1,1
Pocahontas	0 0,0	1 2,0	1 1,1
Tiana (A Princesa e o Sapo)	0 0,0	1 2,0	1 1,1
Não sei	0 0,0	3 6,0	3 3,2
Total	45 100,0	50 100,0	95 100,0

Após esta era clássica das princesas, a Disney regressa em 1989 com *A Pequena Sereia* e, a partir daqui, tenta distanciar-se da passividade encontrada nas primeiras princesas. Em 1995 e em 1998, são lançados, respetivamente, o filme *Pocahontas* e *Mulan*, apresentando princesas corajosas, inteligentes e capazes de liderar o seu povo. Merida partilha algumas características com estas duas princesas, como a sua bravura, destemidez e capacidade para enfrentar adversidades, e mostra como não necessita de um príncipe para poder governar o seu reino, enquanto ao mesmo tempo expressa o seu lado divertido, trapalhão, desportivo e imperfeito, qualificando-a como uma princesa com características de mulheres da vida real (Daalmans e van Kessel, 2014). São todas estas características que constroem uma princesa forte como Merida, com a qual as crianças se podem identificar.

Os resultados presentes no quadro 12 revelam que, em geral as princesas consideradas mais fortes são princesas de filmes mais recentes: Raya, Moana, Merida e Mulan, entre as quais três princesas não brancas, Moana, Mulan e Raya.

Quadro 12- Princesa mais forte, segundo o género (N e %)

	Género		Total
	Feminino	Masculino	
Raya (Raya e o Último Dragão)	3 6,7	14 28,0	17 17,9
Moana	7 15,6	9 18,0	16 16,8
Merida (Brave)	9 20,0	2 4,0	11 11,6
Mulan	7 15,6	4 8,0	11 11,6
Anna (Frozen)	1 2,2	7 14,0	8 8,4
Elsa (Frozen)	3 6,7	4 8,0	7 7,4
Pocahontas	5 11,1	2 4,0	7 7,4
Rapunzel (Entrelaçados)	3 6,7	2 4,0	5 5,3
Bela (A Bela e o Monstro)	3 6,7	0 0,0	3 3,2
Yasmin (Aladdin)	0 0,0	2 4,0	3 3,2
Cinderela	1 2,2	0 0,0	2 2,1
Ariel (A Pequena Sereia)	0 0,0	1 2,0	1 1,1
Branca de Neve	2 4,4	2 4,0	1 1,1
Tiana (A Princesa e o Sapo)	0 0,0	1 2,0	1 1,1
Não sei	1 2,2	1 2,0	2 2,1
Total	45 100,0	50 100,0	95 100,0

Também é interessante verificar a diferenças na consideração das princesas mais fortes em rapazes e raparigas. A princesa mais assinalada pelos rapazes foi Raya (28,0%), a protagonista heroína do seu filme que exhibe características como coragem, força, inteligência e capacidade de liderança. Esta longa-metragem retrata a história de várias personagens femininas, as quais praticam ações normalmente atribuídas a personagens masculinas, como lutar e coloca-as no papel central do filme. Ao contrário das outras princesas da Disney, Raya não usa vestidos, utiliza roupas simples que lhe permitem lutar e adequam-se à sua personalidade, a qual exhibe traços de androginia. Raya apresenta drásticas diferenças das princesas clássicas, uma vez que tem uma presença extremamente ativa, não espera por ser salva, toma as decisões por ela própria e impõe a sua posição, nunca alterando a sua personalidade para agradar a personagens masculinas. Todas as suas capacidades, a sua

personalidade e as suas roupas expressam uma princesa independente e forte, algo que é assimilado pela maioria dos rapazes do estudo.

Para as raparigas, a princesa que consideram ser mais forte é Merida (20,0%). Logo no começo do filme, esta princesa exhibe comportamentos que expressam força e bravura. É possível verificar que Merida possui estas características quando se envolve em situações de perigo e as enfrenta, quando mostra confiança em si mesma e abandona a sua zona de conforto para compreender o que está ao seu redor, e quando não tem medo de expressar a sua opinião e contesta a posição que lhe foi imposta por seu pai. Esta princesa, ao contrário de outras princesas da Disney, não espera que os seus problemas sejam resolvidos por outrem e coloca em ação um plano para salvar a sua mãe do erro que Merida cometeu. Apesar da situação se tornar cada vez mais complicada e o retorno à forma humana da sua mãe estar cada vez mais ameaçado, Merida não desiste e desafia o perigo na busca por respostas. A sua bravura e força também são demonstradas quando Merida exige ser ouvida, num contexto histórico do início da Idade Média, no qual as mulheres não têm voz e são controladas por uma figura masculina. *Brave* desafia o conceito de feminilidade e objeta ao patriarcado (Morrison, 2014), uma vez que apresenta uma princesa andrógina com interesses associados principalmente ao masculino (Pulver, 2016), mostrando às raparigas que podem gostar e ter interesse em coisas e situações geralmente associadas a rapazes. Deste modo, 20,0% das raparigas acredita que Merida é uma princesa forte e podem relacionar-se com esta, já que esta princesa toma atitudes e tem gostos que poderão assemelhar-se aos destas raparigas, e estas consideram que as características de Merida representam uma mulher forte. Filmes como *Brave* são essenciais para apresentar às crianças modelos de mulheres fortes, pois não existindo personagens femininas com quem as crianças se identificam e revêm, estas poderão sentir-se à margem da sociedade e poderão acreditar que os seus gostos não são dignos ou válidos por não se conformarem com os exemplos de feminilidade estereotipados presentes nos *media* (Morrison, 2014).

Moana pertence à categoria das princesas heroínas, é uma personagem ousada, corajosa, lutadora e inteligente. As crianças que assistem a este filme conseguem perceber que desde pequena, Moana expressa sinais de curiosidade e coragem logo no início do filme, quando está a ser contada uma história mítica a um grupo de crianças, e estas mostram medo, enquanto Moana exprime interesse. Ao longo do filme, esta princesa é confrontada com situações que exigem a tomada de decisões urgentes e, apesar de alguma insegurança inicial, Moana mostra-se corajosa, confiando no seu juízo (Prameshti K., et al., 2018). Ao longo do seu crescimento, Moana expressa curiosidade pelo mar e, na sua adolescência, intensifica-se esta vontade de descobrir o oceano e partir em aventura, enfrentando o desconhecido. Esta princesa enfrenta situações perigosas para poder salvar a sua ilha da destruição e da

fome, praticando atividades que envolvem planeamento e esforço corporal como lutar, escalar, remar, etc. Ainda que a sua jornada seja acompanhada por uma personagem masculina, Moana é quem salva o seu povo, não estando à espera de ajuda deste, liderando a viagem ao destino pretendido. Também a sua forma física musculada ajuda a completar a ideia de princesa destemida e lutadora, bem como as suas roupas, que não atrapalham nos momentos de luta (Pramesthi K., et al., 2018). Esta personagem transmite às crianças mensagens de empoderamento feminino e de uma mulher moderna, o que poderá justificar o facto de ter sido a mais assinalada como a segunda mais forte e como a princesa mais inteligente, como mostra o quadro 13.

Quadro 13- Princesa mais inteligente, segundo o género (N e %)

	Género		Total
	Feminino	Masculino	
Moana	9 20,0	8 16,0	17 17,9
Raya (Raya e o Último Dragão)	7 15,6	7 14,0	14 14,7
Elsa (Frozen)	6 13,3	7 14,0	13 13,7
Ariel (A Pequena Sereia)	4 8,9	4 8,0	8 8,4
Rapunzel (Entrelaçados)	4 8,9	4 8,0	8 8,4
Anna (Frozen)	2 4,4	5 10,0	7 7,4
Mulan	5 11,1	2 4,0	7 7,4
Pocahontas	3 6,7	1 2,0	4 4,2
Branca de Neve	0 0,0	3 6,0	3 3,2
Merida (Brave)	2 4,4	1 2,0	3 3,2
Bela (A Bela e o Monstro)	0 0,0	2 4,0	2 2,1
Cinderela	1 2,2	1 2,0	2 2,1
Yasmin (Aladdin)	0 0,0	2 4,0	2 2,1
Aurora (Bela Adormecida)	0 0,0	1 2,0	1 1,1
Tiana (A Princesa e o Sapo)	1 2,2	0 0,0	1 1,1
Não sei	1 2,2	2 4,0	3 3,2
Total	45 100,0	50 100,0	95 100,0

Os filmes das princesas da Disney, em particular os filmes pré era moderna, reforçam às crianças o ideal de que a beleza é sinónimo de feminilidade (England et al., 2011). Muitos destes filmes transmitem a mensagem às crianças de que a beleza, a elegância e as boas

maneiras são características preponderantes para que vivam felizes e conquistem o seu interesse amoroso (Johnson, 2015). Embora, recentemente, a Disney faça esforços para se afastar deste tema e criar princesas psicologicamente e fisicamente diferentes das princesas das eras anteriores, ainda se assiste a uma homogeneização da beleza com algumas princesas mais recentes, algo que poderá afetar a percepção que as crianças têm acerca do sentido de beleza.

No entanto, é possível observar esse esforço através da criação de novas princesas da Disney como a Tiana, a Merida, a Moana e a Raya. Com a introdução destas personagens, a Disney opta por conquistar crianças de diferentes raças e etnias, de modo que se consigam identificar com estas personagens e vejam os seus traços físicos representados no ecrã. Assim, observa-se a tentativa da Disney em representar diversidade e vários tipos de beleza, afastando-se do ideal de beleza das princesas clássicas, as quais exibiam tez muito clara, olhos claros, cabelo liso e apumado e corpos magros.

Como podemos observar no quadro 14, as princesas que as crianças do género feminino consideram mais bonitas são a Moana (17,8%), a Aurora (13,3%) e a Elsa (13,3%). Os rapazes consideram que as princesas mais bonitas são a Aurora (16,0%), a Anna (14,0%) e a Moana (12,0%). Curiosamente, em ambos os géneros estão representadas princesas de eras muito distintas: Aurora é uma princesa da era clássica, representada como uma donzela em perigo, tem a tez clara, olhos claros, cabelo liso, loiro e arranjado num penteado, tem um corpo magro e usa um vestido justo; já Moana pertence à era das princesas modernas, representa a cultura polinésia, tem tez escura e olhos castanhos, cabelo encaracolado, castanho e rebelde, tem um corpo atlético e realista, e as suas roupas são tradicionais da sua cultura; Elsa e Anna são irmãs e pertencem também à era moderna das princesas, têm tez claras, olhos claros, corpos magros, cabelos lisos e arranjados e usam vestidos justos. Estas crianças mostram que o seu conceito de beleza não se cinge ao tradicional ideal de beleza representado por Aurora, Elsa e Anna, e consideram que outros tipos de traços físicos que rompem com os estereótipos tradicionais, são também sinónimo de beleza

Quadro 14- Princesa mais bonita, segundo o gênero (N e %)

	Gênero		Total
	Feminino	Masculino	
Aurora (Bela Adormecida)	6 13,3	8 16,0	14 14,7
Moana	8 17,8	6 12,0	14 14,7
Elsa (Frozen)	6 13,3	3 6,0	9 9,5
Raya (Raya e o Último Dragão)	4 8,9	5 10,0	9 9,5
Anna (Frozen)	1 2,2	7 14,0	8 8,4
Ariel (A Pequena Sereia)	5 11,1	3 6,0	8 8,4
Rapunzel (Entrelaçados)	2 4,4	4 8,0	6 6,3
Branca de Neve	0 0,0	5 10,0	5 5,3
Yasmin (Aladdin)	3 6,7	3 6,0	6 6,3
Merida (Brave)	4 8,9	0 0,0	4 4,2
Bela (A Bela e o Monstro)	3 6,7	0 0,0	3 3,2
Mulan	1 2,2	1 2,0	2 2,1
Cinderela	0 0,0	1 2,0	1 1,1
Pocahontas	1 2,2	0 0,0	1 1,1
Tiana (A Princesa e o Sapo)	0 0,0	0 0,0	0 0,0
Não sei	1 2,2	4 8,0	5 5,3
Total	45 100,0	50 100,0	95 100,0

Por outro lado, as princesas que as crianças consideram menos bonitas são Cinderela, Pocahontas e Tiana. Também aqui estão presentes três princesas de eras completamente distintas, com físicos inteiramente diferentes. Cinderela corresponde à beleza padrão do ocidente, uma vez que é loira, de olhos azuis, alta e magra. Pocahontas e Tiana são duas princesas racializadas que se afastam do aspeto físico que é padrão no Ocidente. Ambas têm pele escura, no entanto Pocahontas é indígena e as suas feições são tradicionais deste povo, tal como as suas roupas, e tem cabelo negro comprido; já Tiana é de raça negra, com cabelos muito encaracolados, lábios cheios, e enverga, na maior parte do filme, o seu traje de trabalho. Pelas escolhas destas crianças, percebemos que as princesas mais populares em termos de beleza são brancas (Aurora e Anna), e apenas uma princesa branca se encontra na lista de princesas menos bonitas. As princesas consideradas menos bonitas são princesas de outras raças que não branca, pois duas princesas de cor estão na lista de menos bonitas e apenas uma princesa, Moana, se encontra nas preferências de princesas mais bonitas. Estas

escolhas poderão estar também relacionadas com a atenção que estas crianças dão a estes filmes em específico, isto é, a popularidade destes filmes, ou a falta desta, poderão influenciar a opinião destas crianças relativamente ao conceito de beleza.

A atividade que estas crianças consideram que as princesas mais apreciam é cantar (69,5%), abrangendo 77,8% das raparigas e de 62% dos rapazes, como se observa no quadro 15. Em segundo lugar, as raparigas selecionaram “Maquilhar/Pentear” (66,7%) e os rapazes escolheram “Descansar” (50,0%).

Quadro 15- Atividades que as princesas gostam, segundo o género (N e %)

	Género		Total
	Feminino	Masculino	
Cantar	35 77,8	31 62,0	66 69,5
Maquilhar/Pentear	30 66,7	18 36,0	48 50,5
Descansar	18 40,0	25 50,0	43 45,3
Cuidar das outras pessoas	21 46,7	22 44,0	43 45,3
Ler	18 40,0	19 38,0	37 38,9
Lutar	18 40,0	18 36,0	36 37,9
Desenhar/Pintar	18 40,0	12 24,0	30 31,6
Cozinhar	15 33,3	8 16,0	23 24,2
Fazer desporto	10 22,2	8 16,0	18 18,9
Estudar	11 24,4	5 10,0	16 16,8
Total de respostas	194 53,9	166 46,1	360 100,0
Total	45 100,0	50 100,0	95 100,0

De forma a distanciar-se das princesas clássicas, as princesas da era do Renascimento e da era Moderna, representam personagens principais femininas com interesses por atividades, de acordo com os seus gostos pessoais. É natural que estas crianças considerem que cantar é a atividade que as princesas da Disney mais gostam, uma vez que todos os filmes das princesas contêm vários momentos musicais cruciais para a história. Estas canções expõem os sentimentos do momento das personagens e, vários destes temas, se centram no desejo de liberdade (Lopreore, 2016). Princesas como Ariel, Cinderela, Rapunzel e Anna cantam sobre a sua vontade em ser livre e poder explorar. Nas princesas modernas, as canções passam a representar temas como sonhos, aspirações e a ânsia por independência, e músicas sobre encontrar o verdadeiro amor são menos frequentes (Lopreore, 2016).

De acordo com Neikirk (2009), a beleza é um tema fulcral nos filmes das princesas da Disney. As princesas clássicas são um claro exemplo desta questão, uma vez que a beleza destas princesas é constantemente realçada ao longo do filme e controla a direção que a história toma. Nestas primeiras princesas existe um momento de transformação física, no qual a princesa assume uma maquilhagem bastante evidente e um vestido deslumbrante que capte o interesse do príncipe. Assim, a opção “Maquilhar/Pentear”, a segunda opção mais selecionada pelas raparigas, vai ao encontro dos temas mais antigos e estereotipados da Disney, tal como a opção “Descansar” elegida pelos rapazes, uma vez que a inatividade, inércia e passividade são especialmente observáveis nas princesas clássicas.

O “cuidar” está ainda bastante presente como uma das tarefas ou até missões das princesas por parte de rapazes e raparigas, ainda que o “cuidar de outras pessoas” tenha vindo a tomar sentidos diferentes, desde a lida da casa até a salvar o seu povo.

Foi pedida a livre opinião das crianças, através de uma pergunta aberta, acerca do tipo de princesa que gostaria de ver representada no ecrã, num novo filme de princesas a ser lançado pela Disney. Estas respostas foram objeto de uma análise de conteúdo e agrupadas em quadros segundo diferentes características: físicas, psicológicas, nacionalidade, características específicas e outras características nunca mencionadas anteriormente. Esta divisão de características foi pensada no sentido de facilitar a leitura das opiniões das crianças.

De acordo com as características físicas que as crianças deste estudo selecionaram, é possível verificar que a característica mais assinalada pelas raparigas (37,5%) e pelos rapazes (45,5%) é ser bonita. Estes resultados mostram que a beleza é um fator importante para estas crianças, no modo como interpretam o significado de princesa. A Teoria Social Cognitiva de Bandura é utilizada por vários autores no estudo dos efeitos dos *media* nas crianças, essencialmente para compreender como o comportamento de género estereotipado presente nos *media* impacta as crianças na construção de estereótipos de género. Foi analisado anteriormente como as crianças aprendem os comportamentos de género através da observação, e os filmes das princesas são alvo deste olhar atento. Assim, de acordo com Coyne et al. (2016), a forma como a Disney representa as princesas, isto é, altas, magras, com cinturas irreais, havendo uma constante exaltação da beleza, pode, desde muito cedo, ser um exemplo para as crianças de todos os géneros, ensinando que a beleza é indispensável e obrigatória para o significado de mulher (Coyne et al., 2016). Desta maneira, é possível justificar as respostas destes rapazes e raparigas, uma vez que, ao longo de vários anos, lhes foi “vendida” através dos filmes, *merchandise*, brinquedos, jogos, etc, uma imagem de princesas com feições semelhantes, e mensagens com ênfase na beleza destas personagens. No entanto, surgem também respostas que se afastam do aspeto tradicional

das princesas, como ser gorda, negra ou musculada. Interessante é também a resposta espontânea da ênfase na diversidade, dada por três crianças.

Quadro 16- Qual o tipo de princesa que pretendem ver num novo filme da Disney, baseado em características físicas, segundo o género (N e %)

	Género		Total
	Feminino	Masculino	
Bonita	9 37,5	10 45,5	19 27,9
Alta	5 20,8	7 31,8	12 17,6
Ter cabelo colorido	2 8,3	4 18,2	6 8,8
Loira	5 20,8	0 0,0	5 7,4
Magra	3 12,5	1 4,5	4 5,9
Gorda	1 4,2	3 13,6	4 5,9
Baixa	3 12,5	0 0,0	3 4,4
Branca	2 8,3	1 4,5	3 4,4
Olhos castanhos	2 8,3	0 0,0	2 2,9
Cabelo castanho	2 8,3	0 0,0	2 2,9
Cabelo ruivo	2 8,3	0 0,0	2 2,9
Não engordasse	1 4,2	0 0,0	1 1,5
Musculada	1 4,2	0 0,0	1 1,5
Negra	1 4,2	0 0,0	1 1,5
Diversidade	2 8,3	1 4,5	3 4,4
Total de respostas	41 60,3	27 39,7	68 100,0
Total de respondentes	24 100,0	22 100,0	46 100,0

Já em relação às características psicológicas e de personalidade, 30,4% das raparigas gostaria de ver representada uma princesa bondosa e em segundo lugar aventureira (26,1%) e corajosa (26,1%). Os rapazes preferem ver uma princesa inteligente (31,8%) e, em segundo lugar, corajosa (27,3%). As características que as crianças do género masculino selecionaram, tal como a segunda opção mais escolhida pelas raparigas, estão principalmente associadas com as princesas de era moderna e do Renascimento, enquanto a primeira escolha das crianças do género feminino está associada, principalmente, com as princesas da primeira era. Em geral, os rapazes apresentam características mais associadas aos rapazes e que, portanto, estes mais apreciarão, e o mesmo se passa com as raparigas.

Quadro 17- Qual o tipo de princesa que pretendem ver num novo filme da Disney, baseado em características psicológicas e de personalidade, segundo o género (N e %)

	Género		Total
	Feminino	Masculino	
Corajosa	6 26,1	6 27,3	12 14,6
Inteligente	5 21,7	7 31,8	12 14,6
Bondosa	7 30,4	4 18,2	11 13,4
Lutadora	4 17,4	5 22,7	9 11,0
Forte	3 13,0	5 22,7	8 9,8
Aventureira	6 26,1	2 9,1	8 9,8
Divertida	2 8,7	3 13,6	5 6,1
Guerreira	3 13,0	1 4,5	4 4,9
Pacifista	1 4,3	2 9,1	3 3,7
Criativa	2 8,7	1 4,5	3 3,7
Rápida	0 0,0	3 13,6	3 3,7
Independente	1 4,3	1 4,5	2 2,4
Comilona	1 4,3	0 0,0	1 1,2
Sincera	1 4,3	0 0,0	1 1,2
Total de respostas	42 51,2	40 48,8	82 100,0
Total de respondentes	23 100,0	22 100,0	45 100,0

Estes resultados apontam a preferência dos rapazes para os filmes das princesas modernas, nos quais podemos observar princesas corajosas e, sobretudo, ativas. Como percebemos anteriormente, a inclusão de cenas de ação nos filmes, bem como outros aspetos, tem importância para as crianças do género masculino para decidirem se aquilo que estão a ver se adequa ao seu género (Layng, 2001). Assim, as cenas de ação nos filmes das princesas têm como objetivo apelar às crianças do género masculino e verifica-se a presença destas nos filmes de princesas modernas. Portanto, as características psicológicas mais importantes para os rapazes estão representadas nestes novos filmes.

Relativamente à primeira escolha das raparigas, os resultados mostram como a perceção destas raparigas do que é uma princesa ainda se prende com a imagem mais antiga da Disney de princesa. Os filmes da primeira era reforçam a bondade da princesa nas suas ações, fazendo escolhas pelo bem geral, mesmo que sacrifiquem o seu bem-estar. Esta imagem foi comercialmente vendida durante décadas, tendo início nos trailers dos filmes, os quais mostravam pequenos excertos da beleza, graciosidade e bondade da princesa. No

entanto, os filmes mais recentes incorporam elementos diferentes e conferem personalidade, objetivos e opiniões pessoais às princesas, fazendo com que a bondade seja apenas mais um elemento e não um tema central. Os próprios trailers destes novos filmes incorporam cenas de ação, humor e aventura, de modo a estabelecerem a neutralidade de género e a reafirmarem a nova modernidade da Disney.

Sete crianças deste estudo afirmaram que gostariam de ver novas princesas da Disney de diferentes nacionalidades. Não existem diferenças assinaláveis entre as respostas de ambos os géneros, no entanto as nacionalidades preferidas foram a coreana e brasileira (duas respostas cada), seguidas da americana, indiana e chinesa, todas referidas uma vez. Com exceção da nacionalidade chinesa e americana, as restantes ainda não foram representadas nos filmes das princesas da Disney. A questão da raça nos filmes das princesas da Disney continua a ser motivo de debate entre autores e investigadores. Apenas na era do Renascimento foi possível assistir a princesas de raças diferentes da raça branca, com o filme *Pocahontas* e *Mulan*, pois até então a representação da raça branca era constante. De acordo com Hurley (2005), a perceção do nosso físico está diretamente relacionada com a representação da raça nos filmes da Disney e, durante décadas, a Disney criou princesas brancas, deixando de parte diferentes raças e etnias. Esta carência de representatividade acabou por colocar as crianças sem maneira de se sentirem representadas e de se relacionarem com as personagens. A preferência pelas nacionalidades brasileira e coreana também poderá estar associada com os restantes programas que as crianças veem, onde os brasileiros estão muito presentes e os coreanos se têm vindo a evidenciar, sobretudo em programas direcionados para adolescentes.

A era moderna das princesas explorou novas etnias e raças das princesas (Tiana, Moana e Raya) e permitiu que mais crianças se identificassem com as personagens que viam no ecrã. As crianças deste estudo reafirmam a sua vontade de ver diversidade de princesas, já que tanto raparigas como rapazes gostariam de continuar a ver no ecrã novas histórias com Moana e Mirabel, a personagem principal do filme *Encanto* da Disney de 2021. O quadro 18 revela que três raparigas e quatro rapazes gostariam de ver novamente Moana num futuro filme e três raparigas e quatro rapazes querem ver Mirabel, uma personagem latina, em formato de princesa. As crianças buscam pela identificação com a princesa que veem no ecrã e a representação de princesas com cabelos de várias formas, os diferentes tipos de cor da pele, diferentes tipos de corpos, diferentes culturas, diferentes formas de vestir, entre outras, é o caminho que a Disney deve continuar a percorrer para corresponder às expectativas do mundo moderno. A partir deste quadro percebemos que estas crianças anseiam por ver novas

representações de princesas no ecrã, talvez por quererem ver-se fisicamente representados ou simplesmente por terem curiosidade em descobrir mais acerca de diferentes raças.

Quadro 18- Qual o tipo de princesa que pretendem ver num novo filme da Disney, baseado em princesas específicas, segundo o género (N e %)

	Género		Total
	Feminino	Masculino	
Moana	3 27,3	4 33,3	7 29,2
Mirabel	3 27,3	4 33,3	7 29,2
Elsa	2 18,2	1 8,3	3 12,5
Mulan	0 0,0	2 16,7	2 8,3
Bela	1 9,1	1 8,3	2 8,3
Merida	1 9,1	1 8,3	2 8,3
Vanelope	1 9,1	0 0,0	1 4,2
Total de respostas	11 45,8	13 54,2	24 100,0
Total de respondentes	11 100,0	12 100,0	23 100,0

Por último, foram agrupadas certas características ainda mais específicas que as anteriores, acerca de princesas que gostariam de ver em novos filmes, tais como voadora, bailarina, ter um vestido de diamantes, ter uma espada, tocar piano e viver na floresta.

Quadro 19- Qual o tipo de princesa que pretendem ver num novo filme da Disney, baseado na nacionalidade, segundo o género (N e %)

	Género		Total
	Feminino	Masculino	
Coreana	2 50,0	0 0,0	2 28,6
Brasileira	0 0,0	2 66,7	2 28,6
Americana	0 0,0	1 33,3	1 14,3
Indiana	1 25,0	0 0,0	1 14,3
Chinesa	1 25,0	0 0,0	1 14,3
Total de respostas	4 57,1	3 42,9	7 100,0
Total de respondentes	4 100,0	3 100,0	7 100,0

6. Conclusão

Conforme a literatura estudada, é possível constatar que o *franchise* das princesas da Disney é cada vez mais popular, sendo a sua representação nos *media* cada vez mais forte. Assim, facilmente se podem colocar questões relacionadas com a influência destes filmes na visão das crianças, no que diz respeito aos estereótipos de género e a sua perspetiva do que é ser mulher ou do que é a feminilidade. Este estudo pretendeu dar resposta a estas questões, investigando os estereótipos de género presentes nas crianças e, contribuindo assim, para a discussão desta relação na realidade portuguesa.

De modo a obter a dar resposta aos objetivos do estudo, realizou-se um inquérito por questionário aplicado a uma amostra de 95 alunos e alunas de uma escola na zona de Leiria e de outra escola na zona de Fátima. A partir deste estudo reuniram-se as seguintes conclusões:

1) As princesas da era moderna são as mais populares tanto para as raparigas como para os rapazes. Estas princesas são as mais escolhidas para as brincadeiras destas crianças e são as mais representadas quando brincam “a fingir”. As características que estas crianças mais associam às suas princesas favoritas estão relacionadas com força, aventura, dinamismo, bravura, coragem e inteligência, estando estas associadas às princesas modernas. No entanto, principalmente para as raparigas, a bondade é também uma característica preponderante para a definição de princesa, estando esta característica usualmente associada à era das princesas clássicas. Deste modo, a bondade é mais facilmente assimilada pelas raparigas e é uma característica bastante presente na noção estereotipada de princesa passiva.

2) As características que estas crianças mais procuram correspondem a uma imagem de princesa andrógina e ativa na história, algo que se verifica pelas princesas que escolhem como favoritas e pelas características que associam ao conceito de princesa. Estes alunos e alunas privilegiam traços de personalidade e psicológicos em detrimento de traços físicos ou materiais, no seu entendimento de princesa. Assim, as crianças deste estudo associam aspetos da realidade ao conceito de princesa, e não características de contos de fadas.

3) As brincadeiras de princesas são praticadas maioritariamente pelas raparigas, revelando, aqui, o estereótipo que as brincadeiras de princesas são direcionadas apenas para crianças do género feminino. No entanto, ambos os géneros, de maneira geral, acreditam que estas brincadeiras podem ser realizadas por rapazes e raparigas. Nos filmes mais recentes assistimos a um crescente número de personagens femininas e masculinas com traços andróginos, permitindo que crianças do género masculino consigam identificar-se e,

posteriormente, incorporar estas personagens nas suas brincadeiras. Estes filmes são importantes na construção do modelo de feminilidade e na noção de androginia.

4) As brincadeiras de princesas praticadas pelas crianças deste estudo, revelam a utilização dos processos criativos e imaginativos destas, negociando o conceito de género nas atividades que praticam. A exposição destas crianças ao *franchise* das princesas, de acordo com as atividades mais praticadas por estas, parecem não restringir a sua visão em relação ao conceito de feminilidade, ainda que apenas se tenham observado brincadeiras de princesas. Estas crianças revelam praticar brincadeiras baseadas, principalmente, na criatividade, imitando as características das suas princesas favoritas e as suas atividades. Uma percentagem expressiva de raparigas e rapazes acredita que estas brincadeiras podem ser praticadas por ambos os géneros.

5) De maneira geral, estas crianças consideram que as princesas conseguem fazer tudo o que elas mesmas conseguem, apontando para uma compreensão destas da evolução da princesa, que culmina com a princesa moderna. No entanto verifica-se que ainda resiste o estereótipo de princesa clássica, uma vez que, a partir de determinadas respostas, alguns rapazes e raparigas consideram que as princesas não conseguem praticar atividades mais dinâmicas, e, na maioria rapazes, acreditam que as princesas necessitam de príncipes.

6) A maioria das raparigas e rapazes deste estudo afirma que as princesas são fortes, uma vez que lutam para mudar o destino que lhes foi predeterminado e são inteligentes, associando a noção de inteligência a princesas que revelam força e coragem. Contudo, ambos os géneros consideram que a beleza é uma característica relevante e impactante para o significado de princesa. A aparência física das princesas foi o critério mais relevante para a construção de uma nova história do *franchise*. Aqui compreende-se a relação entre a beleza e a idealização desta na fabricação de novas princesas.

7) O estereótipo de beleza associado às princesas é evidente nas opiniões destas crianças, principalmente para as raparigas. A beleza é o fator central no modo como interpretam o significado de princesa, verificando-se no tipo de atividades estereotipadas que consideram que as princesas mais apreciam. A importância conferida a esta característica justifica-se, também, pela forma como era e é utilizada no enredo de várias histórias de princesas, sendo natural que as crianças a associem à noção de princesa. No entanto, não é possível verificar que estas crianças coloquem a beleza como aspeto principal para o seu significado de princesa ou motivo para a preferência de certas princesas, nem a associam como sinónimo do valor de uma mulher. As crianças deste estudo identificam a beleza principalmente a princesas modernas, quebrando com o estereótipo do padrão de beleza branca. Existe uma maior abertura para a conceção de beleza ser mais abrangente do que

aquela estipulada como padrão, algo observável nas escolhas destas crianças que mostram diversidade naquilo que consideram como belo.

8) Nas representações futuras da Disney, as crianças deste estudo procuram personagens com características dinâmicas, aventureiras e andróginas, apontando para a continuação da representação de princesas modernas. Estas desejam ver mais representatividade étnica e novas representações, a partir das respostas dadas, conferindo a necessidade de abertura para um mundo global.

Assim, este estudo permitiu perceber que estas crianças estimam as representações modernas da Disney, procurando identificar-se com personagens que representam força, coragem, aventura e bondade, quebrando com vários dos estereótipos existentes nestes filmes. No entanto, verifica-se que não existe uma total independência destes estereótipos e alguns destes ainda são assimilados por estas crianças.

É importante que, no contexto português, os estudos acerca da influência do *franchise* das princesas da Disney na identidade de género das crianças continuem a ser explorados. Desta maneira, é possível perceber de que forma as crianças, em especial as raparigas, fazem a sua interpretação dos estereótipos de género e, assim, compreender as perceções de género das crianças na sociedade contemporânea portuguesa. É necessário estabelecer um diálogo com as crianças acerca dos estereótipos de género, para que estas consigam expressar-se de acordo com a sua identidade, libertando-se dos papéis de género estereotipados, e educando-as de acordo com as igualdades de género.

Relativamente a limitações do presente trabalho, a amostra selecionada é de pequenas dimensões e reflete, apenas, a realidade de duas escolas da mesma zona do país: região centro. Outra limitação que surgiu durante a aplicação do questionário foi a dificuldade de algumas crianças em associar as princesas da Disney aos seus nomes, sendo necessária a minha intervenção.

Para possíveis investigações futuras seria relevante alargar o estudo a um maior número de crianças inseridas em escolas de várias zonas do país e perceber as eventuais diferenças regionais acerca da perceção dos estereótipos de género nos filmes das princesas. Seria interessante também, abranger crianças mais novas, do pré-escolar e ter uma conversa aberta sobre as suas preferências de princesas, introduzindo produtos de *merchandise* alusivos a estas princesas e observar o modo como interagem com estes.

Referências bibliográficas

- Amâncio, L. (1992). Assimetrias nas representações de gênero. *Revista Crítica de Ciências Sociais*, 34, 9-22.
- Ashton, E., Stewart, K., Hunt, A., Nason, P., & Scheffel, T. (2009). Play and playfulness: *Professional support document*.
- Auad, D. (2006). *Educar Meninas E Meninos: Relações De Gênero na Escola*. Contexto.
- Aubrey, J.S., & Harrison, K. (2004). The Gender-Role Content of Children's Favorite Television Programs and Its Links to Their Gender-Related Perceptions. *Media Psychology*, 6, 111 - 146.
- Bandura, A. (2001). Social Cognitive Theory of Mass Communication. *Media Psychology*, 3(3), 265–299.
- Barber, M. (2015). *Disney's female gender roles: The change of modern culture* (Master Thesis, Indiana State University), USA. http://scholars.indstate.edu/xmlui/bitstream/handle/10484/12132/Barber_McKenzie_2015_HT.pdf?sequence=1
- Behm-Morawitz, E., & Mastro, D. E. (2008). Mean Girls? The Influence of Gender Portrayals in Teen Movies on Emerging Adults' Gender-Based Attitudes and Beliefs. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 85(1), 131–146.
- Blackstone, A. (2003). Gender Roles and Society. In J. R. Miller, R. M. Lerner & L. B. Schiamberg (Eds.), *Human Ecology: An Encyclopedia of Children, Families, Communities, and Environments* (pp.335-338). Santa Barbara
- Block, J. H. (1984). *Sex Role Identity and Ego Development*. São Francisco: Jossey-Bass Publishers.
- Bock, G. (1991). Challenging Dichotomies: Perspectives on Women's History. In Offen M. K., R. R. Pierson & J. Rendall (Eds). *Writing Women's History International Perspectives*. (pp. 1-23) Londres: Palgrave Macmillan UK.
- Beauvoir, S. (2014 [1949]). *O segundo sexo*. Nova Fronteira.
- Bryman, A.E. (1995). *Disney & His Worlds*. Routledge.
- Burton, C. (2021). "This is a different kingdom": A case study of gender-creative feminine expression during princess play. *Heliyon*, 7(5).
- Bussey, K., & Bandura, A. (1999). Social cognitive theory of gender development and differentiation. *Psychological Review*, 106, 676–713.
- Butler, J. (1990). *Gender trouble: Feminism and the subversion of identity*. Routledge.

Cardona, Maria João (Coord.), Conceição Nogueira, Cristina Vieira, Isabel Piscalho, Marta Uva, Teresa-Cláudia Tavares (2011). *Guião de Educação, Género e Cidadania: 1º ciclo do ensino básico*, Lisboa, Comissão para a Cidadania e Igualdade de Género

Chivers, S. (2003). *From Old Woman to Older Women: Contemporary Culture and Women's Narratives*. Ohio State University Press.

Costa, A. (1999). *Sociedade de Bairro: Dinâmicas Sociais da Identidade Cultural*. Lisboa: Celta.

Coyne, S. M., Linder, J. R., Rasmussen, E., Nelson, D. R., & Birkbeck, V. (2016). Pretty as a Princess: Longitudinal Effects of Engagement With Disney Princesses on Gender Stereotypes, Body Esteem, and Prosocial Behavior in Children. *Child Development*, 87(6), 1909–1925.

Coyne, S., Shawcroft, J., Ruh Linder, J. et al. (2022). Making Men of Steel: Superhero Exposure and the Development of Hegemonic Masculinity in Children. *Sex Roles* 86, 634–647.

Daalmans, S., van Kessel, L. (2014, agosto 6-9). *The Everlasting Damsel in Distress?: Analyzing the evolution of the female Disney character over time* [Paper presentation]. Association for Education in Journalism and Mass Communication Conference, Montreal.

Dale, L. P., Higgins, B. E., Pinkerton, N., Couto, M., Mansolillo, V., Weisinger, N., & Flores, M. (2016). Princess Picture Books: Content and Messages. *Journal of Research in Childhood Education*, 30(2), 185–199.

Davis, A. M. (2006). *Good Girls & Wicked Witches: Women in Disney's Feature Animation*. Indiana University Press.

Dias, M. I. C. (1994). *O inquérito por questionário: problemas teóricos e metodológicos gerais*. Universidade do Porto.

Dohnt, H., & Tiggemann, M. (2004). Development of Perceived Body Size and Dieting Awareness in Young Girls. *Perceptual and Motor Skills*.

Eisenstock, B. (1984). Sex-role differences in children's identification with counterstereotypical televised portrayals. *Sex Roles*, 10, 417-430.

Elnahla, N. R. (2015). Aging With Disney and the Gendering of Evil. *Journal of Literature and Art Studies*, 5(2).

England, D.E., Descartes, L., & Collier-Meek, M.A. (2011). Gender role portrayal and the Disney princesses. *Sex Roles*, 64(7–8), 555–567.

Forbes, G. B., Collinsworth, L. L., Jobe, R. L., Braun, K., & Wise, L. (2007). Sexism, Hostility toward Women, and Endorsement of Beauty Ideals and Practices: Are Beauty Ideals Associated with Oppressive Beliefs? *Sex Roles*, 56(5–6), 265–273.

Frankel, L. K. (2004). Finding Nemo (review). *Film & History*, 34(1), 75–76.

- Frederick, D. A., & Jenkins, B. N. (2015). Height and Body Mass on the Mating Market: Associations With Number of Sex Partners and Extra-Pair Sex Among Heterosexual Men and Women Aged 18–65. *Evolutionary Psychology, 13*(3).
- Freitas, C. M. S. M. de, Lima, R. B. T., Costa, A. S., & Lucena Filho, A. (2010). O padrão de beleza corporal sobre o corpo feminino mediante o IMC. *Revista Brasileira de Educação Física e Desporto, 24*(3), 389–404.
- Garabedian, J. (2014). Animating Gender Roles: How Disney is Redefining the Modern Princess. *James Madison Undergraduate Research Journal, 2.1*, 22-25
- Garfinkel, H. (1967). *Studies in ethnomethodology*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Garrido, C. E., Jiménez, G. A. (2018). *Sexismo en las canciones Disney: Disney como trasmisor de valores* (Master thesis, Universidade de Sevilha), Espanha. <https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/83829/GARRIDO%20CORDOBA%2C%20ELENA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Gerbner, G. (1998). Cultivation Analysis: An Overview. *Mass Communication and Society, 1*, 175-194.
- Ghiglione, R., Matalon, B., Pires, C. L., & De Saint-Maurice, A. (2001). *O Inquérito: Teoria e Prática*. Oeiras, Celta Editora.
- Giroux, H. A. (1994). Animating youth: The Disneyfication of children's culture. *Socialist Review, 94*, 64–79.
- Golden, J. C., & Jacoby, J. W. (2017). Playing Princess: Preschool Girls' Interpretations of Gender Stereotypes in Disney Princess Media. *Sex Roles, 79*(5–6), 299–313.
- Greenhill, P., & Matrix, S. E. (2010). *Fairy Tale Films: Visions of Ambiguity*. University Press of Colorado.
- Greenwood, E. (1965). Métodos de investigação empírica em sociologia. *Análise Social*, n 11, Lisboa.
- Heatwole, A. (2016). Disney girlhood: Princess generations and once upon a time. *Studies in the Humanities, 43*(1–2), 1–19.
- Helgeson, V. (2012). *Psychology of gender* (4th ed.). Pearson Education Inc.
- Higgs, S. (2016). Damsels in development: Representation, transition and the disney princess. *Screen education, 63*.
- Hine, B., England, D., Lopreore, K., Horgan, E. S., & Hartwell, L. (2018). The rise of the androgynous princess: Examining representations of gender in prince and princess characters of Disney movies released 2009-2016. *Social Sciences, 7*(12).
- Hine, B., Ivanovic, K., & England, D. (2018). From the Sleeping Princess to the World-Saving Daughter of the Chief: Examining Young Children's Perceptions of 'Old' versus 'New' Disney Princess Characters. *Social Sciences, 7*(9), 161.

- Hurley, D. L. (2005). Seeing White: Children of Color and the Disney Princess Fairy Tale Princess. *The Journal of Negro Education*, 74(3):221-32
- Inge, M. T. (2004). Art, adaptation, and ideology: Walt Disney's Snow White. *Journal of Popular Film and Television*, 32(3), 132-142.
- Itmeizeh, M.J. (2017). The Evolution of Gender Roles and Women's Linguistic Features in the Language of Disney. *Journal of Literature, Languages and Linguistics*, 36, 29-38.
- Johnson, R., M. (2015). The evolution of Disney princesses and their effect on body image, gender roles, and the portrayal of love. *Educational Specialist*, 2009-2019. 6.
- Kessler, S. J., & McKenna, W. (1978). *Gender: An Ethnomethodological Approach*. University of Chicago Press.
- Knyazyan, A. (2017). Gender Stereotypes in Children's Literature (with special reference to H.Ch. Andersen's and W. Disney's fairytales). *Armenian Folia Anglistika*, 13(1-2 (17)), 165–174.
- Lacroix, C. (2004). Images of animated others: The orientalization of Disney's cartoon heroines from The Little Mermaid to The Hunchback of Notre Dame. *Popular Communications*, 2(4),213-229.
- Layng, J.M. (2001). The Animated Woman: The Powerless Beauty of Disney Heroines from Snow White to Jasmine. *The American Journal of Semiotics*, 17, 197-215.
- Leaper, C., Breed, L., Hoffman, L., & Pearlman, C. A. (2002). Variations in the gender-stereotyped content of children's television cartoons across genres. *Journal of Applied Social Psychology*, 32(8), 1653–1662.
- Linn, S. (2009). A royal juggernaut: The Disney princesses and other commercialized threats to creative play and the path to self-realization for young girls. In S. Olfman (Ed.), *The sexualization of childhood* (pp. 33–50). Westport: Praeger Publishers/ Greenwood Publishing Group.
- Lopreore, K. (2016). *Gender Role Portrayals of Modern Disney Royalty: Stereotypical or Androgynous?* (Master thesis, Middle Tennessee University). jewlscholar.mtsu.edu/bitstream/handle/mtsu/4905/Lopreore_mtsu_0170N_10566.pdf?sequence=1&isAllowed=y.
- Macedo, S. M. (2002). Relações de Género no Contexto Urbano: Um Olhar Sobre as Mulheres. In C. Buarque, S. D. Simião, S. M. Macedo, L. E. M. Pacheco, L. M. Silveira, M. Nobre, N. Faria, R. Festa, R. Novaes & S. Camurça (Eds). *Perspectivas de Género: Debates e questões para as ONGs*. (pp. 56-79). Recife: Plataforma de Contrapartes Novib
- Malhotra, N. K. (2012). *Pesquisa de Marketing: uma orientação aplicada* (6 ed.). (L. B. Ribeiro, & M. Stefani, Trads.) Porto Alegre: Bookman.

- Marcotte, D., Fortin, L., Potvin, P., & Papillon, M. (2002). Gender differences in depressive symptoms during adolescence: Role of gender-typed characteristics, self-esteem, body image, stressful life events, and pubertal status. *Journal of Emotional and Behavioral Disorders*, 10(1), 29–42.
- Marrinan, K. (2019). American Beauty Standards: “Paling” in Comparison to the White Norm". *Sociology Senior Seminar Papers*, 22. https://creativematter.skidmore.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1021&context=socio_stu_stu_schol
- Marsh, J. (2014). Media, Popular Culture and Play. In S. Edwards, M. Blaise, & L. Brooker (Eds.), *The Sage handbook of play and learning in early childhood* (pp. 403–414). Los Angeles, CA: Sage.
- May, B. (2011). *Beyond the Prince: Race and Gender Role Portrayal in Disney Princess Films* (Master thesis, Saint Mary’s University). <https://www.saintmarys.edu/files/Final%20Senior%20Paper-May.pdf>
- Meyerowitz, J. (2008). A History of Gender. *The American Historical Review*, 113, 1346-1356.
- Money, J., Hampson, J., & Hampson, J. (1957). Imprinting and the Establishment of Gender Role. *A.M.A. Archives of Neurology & Psychiatry*, 77(3), 333-336.
- Morrison, D. (2014). *Brave: A Feminist Perspective on the Disney Princess Movie* (Bachelor’s Thesis, California Polytechnic State University). San Luis Obispo. <https://digitalcommons.calpoly.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1178&context=comssp>
- Neikirk, A. (2009). “Happily Ever After” (or What Fairytales Teach Girls About Being Women). *A Journal of Academic Writing*, 7.
- Nogueira, C. (2001). Construcionismo social, discurso e género. *Psicologia: Revista Da Associação Portuguesa De Psicologia*, 15(1), 43.
- Nunes, A. (2017). *Era uma vez...Estereótipos de Género nos Livros Infantis* (Dissertação de Mestrado, ISCTE – Instituto Universitário, Lisboa). https://repositorio.iscte-iul.pt/bitstream/10071/15609/1/andrea_rebelo_nunes_diss_mestrado.pdf
- Oakley, A. (2015). *Sex, Gender and Society*. Ashgate Publishing, Ltd.
- O'Brien, P. (1996). The Happiest Films on Earth: A Textual and Contextual Analysis of Walt Disney's Cinderella and The Little Mermaid. *Women's Studies in Communication*, 19, 155-183.
- Orenstein, P. (2006, dezembro 24). What's wrong with Cinderella?. *New York Times Magazine*. <https://www.nytimes.com/2006/12/24/magazine/24princess.t.html>
- Orenstein, P. (2011). *Cinderella ate my daughter: Dispatches from the front lines of the new girlie-girl culture*. HarperCollins.
- Padilla-Walker, L. M., Coyne, S. M., Fraser, A. M., & Stockdale, L. (2013). Is Disney the Nicest Place on Earth? A Content Analysis of Prosocial Behavior in Animated Disney Films. *Journal of Communication*, 63(2), 393–412.

- Patt, M.B., & McBride, B.A. (1993). Gender Equity in Picture Books in Preschool Classrooms: An Exploratory Study. *Annual Meeting of the American Educational Research Association*.
- Pereira, M do M (2012), *Fazendo gênero no recreio: a negociação do gênero em espaço escolar*, Imprensa de Ciências Sociais.
- Peterson, S.B., & Lach, M.A. (1990). Gender Stereotypes in Children's Books: Their Prevalence and Influence on Cognitive and Affective Development. *Gender and Education*, 2, 185-197.
- Poran, M.A. (2002). Denying Diversity: Perceptions of Beauty and Social Comparison Processes Among Latina, Black, and White Women. *Sex Roles* 47, 65–81.
- Pramesthi R. K., Wijaya M. & Habsari S. K. (2018). Feminism Representation Behind the Moana Movie. In Habsari S. K., Kurniawan Y., Rarastesa Z. & Juheri A. (Eds.), *Proceedings International Conference on English Literary Studies and Cultural Studies (ICELSCS 2018)* (pp. 74-82). English Department, Faculty of Cultural Sciences, Universitas Sebelas Maret, Surakarta.
- Pulver, A. (2016, maio 26). How Disney's Princesses Got Tough. *The Guardian Online*. <https://www.theguardian.com/film/2016/may/26/has-disney-finally-given-up-on-princesses>
- Ramsey, P. G. (1998). *Teaching and Learning in a Diverse World: Multicultural Education for Young Children* (2nd ed.). Teachers College Press.
- Reischer, E., & Koo, K. S. (2004). The Body Beautiful: Symbolism and Agency in the Social World. *Annual Review of Anthropology*, 33(1), 297–317.
- Richardson, R. J. (1999). *Pesquisa social: métodos e técnicas* (3ª ed.). São Paulo: Atlas
- Robbins, M. (2014). The Most Powerful Mouse in the World: The Globalization of the Disney Brand. *Global Journal of Management And Business Research*. <https://journalofbusiness.org/index.php/GJMBR/article/view/1441>
- Roberts, M. (2015). The Power of Disney: History, Gender & Disney Princesses. *SCS Independent Project*, 1–28.
- Ruble, D. N., Martin, C. L., & Berenbaum, S. A. (2006). Gender Development. In N. Eisenberg, W. Damon, & R. M. Lerner (Eds.), *Handbook of child psychology: Social, emotional, and personality development* (pp. 858–932). John Wiley & Sons, Inc.
- Rudman, L. A., Moss-Racusin, C. A., Phelan, J. E., & Nauts, S. (2012). Status incongruity and backlash effects: Defending the gender hierarchy motivates prejudice toward female leaders. *Journal of Experimental Social Psychology*, 48, 165–179.
- Scott, J. W. (1986). Gender: A Useful Category of Historical Analysis. *The American Historical Review*, 91(5), 1053–1075.
- Shannon, E. R. (2015). Disney princess panopticism: The Creation of girlhood femininity. *Girls Studies: An Undergraduate Research Journal*, 1(1), 1-11.

- Shocron, N. (2018). *Representações de género de crianças e jovens: uma análise a partir de um estabelecimento de apoio ao estudo* (Dissertação de Mestrado, ISCTE- Instituto Universitário, Lisboa). https://repositorio.iscte-iul.pt/bitstream/10071/17785/1/master_nadia_almeida_shocron.pdf
- Signorielli, N., & Bacue, A. (1999). Recognition and respect: A content analysis of prime-time television characters across three decades. *Sex Roles*, 40(7-8), 527-544.
- Steyer, I. (2014). Gender representations in children's media and their influence. *Campus-wide Information Systems*, 31, 171-180.
- Strauss, A., & Corbin, J. (1998). *Basics of qualitative research: Techniques and procedures for developing grounded theory* (2nd ed.). Sage Publications, Inc.
- Tanner, L. R., Haddock, S. A., Zimmerman, T. S., & Lund, L. K., (2003). Images of couples and families in Disney feature-length animated films. *The American Journal of Family Therapy*, 31,355-373.
- Towbin, M.A., Haddock, S.A., Zimmerman, T.S., Lund, L.K., & Tanner, L.R. (2004). Images of Gender, Race, Age, and Sexual Orientation in Disney Feature-Length Animated Films. *Journal of Feminist Family Therapy*, 15, 19 - 44.
- Vaz, M. P., Toth, J. P., & Moreira, T. O. (2016). From Disney to LGBTQ tales: The South-American Snow White. In *Over the rainbow: Um Livro De Contos De Fadx*s. Planeta.
- Ward, L.M., & Grower, P. (2020). Media and the Development of Gender Role Stereotypes. *Annual Review of Developmental Psychology*.
- Weitzman, L. J., Eifler, D., Hokada, E., & Ross, C. (1972). Sex-Role Socialization in Picture Books for Preschool Children. *American Journal of Sociology*, 77(6), 1125–1150. <http://www.jstor.org/stable/2776222>
- West, C., & Zimmerman, D.H. (1987). Doing Gender. *Gender & Society*, 1, 125 - 151.
- Wiersma, B. A. (2000). *The gendered world of Disney: A content analysis of gender themes in full-length animated Disney feature films* (Doctoral dissertation, South Dakota State University). <https://openprairie.sdstate.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=2925&context=etd>
- Wohlwend, K. E. (2009). Damsels in Discourse: Girls Consuming and Producing Identity Texts Through Disney Princess Play. *Reading Research Quarterly*, 44(1), 57–83.
- Wolf, N. (1991). *The Beauty Myth*. Canada: Morrow.
- Young, S. (1997). *Changing the World: Discourse, Politics and The Feminist Movement*. NY: Routledge.

Anexos

Anexo I- Formulário de autorização para efeitos de investigação



Inquérito por Questionário

Exmo/a Sr/a Encarregado/a de Educação

Eu, Margarida Pinheiro Rodrigues, venho por este meio solicitar a sua autorização para a aplicação de um inquérito por questionário ao/à seu/sua educando/a.

O inquérito insere-se na investigação académica que me encontro a desenvolver no âmbito do Mestrado em Estudos e Gestão da Cultura no Iscte – Instituto Universitário de Lisboa e é orientada pela professora do Iscte-IUL e investigadora do CIES-IUL, Sandra Palma Saleiro.

O inquérito dirige-se a crianças a frequentar/que frequentaram os 3º e 4º anos de escolaridade e as questões nele incluídas apenas incidem sobre a sua opinião acerca dos filmes da Disney.

O inquérito é anónimo e todos os dados obtidos serão estritamente utilizados para fins de investigação académica.

Se precisar de alguma questão ou esclarecimento, por favor contacte-me através do meu e-mail margarodrigues.98@gmail.com

Agradeço, desde já, a sua colaboração,

Margarida Rodrigues

Autorizo o/a meu/minha educando/a _____ a realizar o inquérito por questionário.

O/a _____ encarregado/a _____ de _____ educação,

Anexo II- Questionário

Questionário

Este inquérito pretende saber as tuas opiniões acerca dos filmes da Disney para um trabalho que estou a realizar para o Mestrado em Estudos e Gestão da Cultura no Iscte-IUL.

Agradeço muito a tua colaboração e pedia que respondesses colocando uma cruz no quadrado que corresponde à resposta ou às respostas que queres dar. Noutros casos, que escrevas na linha após a pergunta que te é feita. Se tiveres alguma dificuldade, por favor, chama-me. Bom preenchimento!

Tem atenção, o questionário tem perguntas na parte da frente e na parte de trás da folha.

Estas três primeiras questões pretendem recolher informações sobre ti

1. Sexo Feminino (1)
 Masculino (2)

2. Idade Anos

3. Escola _____

4. Ano de Escolaridade _____º ano

As questões seguintes referem-se às princesas da Disney.

5. Com que frequência vês os filmes das princesas da Disney? (Assinala apenas uma opção)

- | | | |
|------------------------------|--------------------------|-----|
| Todos os dias | <input type="checkbox"/> | (1) |
| Uma vez por semana | <input type="checkbox"/> | (2) |
| Uma vez por mês | <input type="checkbox"/> | (3) |
| Menos do que uma vez por mês | <input type="checkbox"/> | (4) |
| Nunca | <input type="checkbox"/> | (5) |

6. Qual é a tua princesa favorita? (Assinala apenas uma opção)

- | | | |
|---|--------------------------|------|
| Aurora (A Bela Adormecida) | <input type="checkbox"/> | (1) |
| Anna (Frozen) | <input type="checkbox"/> | (2) |
| Ariel (A Pequena Sereia) | <input type="checkbox"/> | (3) |
| Branca de Neve (Branca de Neve e os Sete Anões) | <input type="checkbox"/> | (4) |
| Bela (A Bela e o Monstro) | <input type="checkbox"/> | (5) |
| Cinderela | <input type="checkbox"/> | (6) |
| Elsa (Frozen) | <input type="checkbox"/> | (7) |
| Merida (Brave) | <input type="checkbox"/> | (8) |
| Moana | <input type="checkbox"/> | (9) |
| Mulan | <input type="checkbox"/> | (10) |
| Pocahontas | <input type="checkbox"/> | (11) |
| Rapunzel (Entrelaçados) | <input type="checkbox"/> | (12) |
| Raya (Raya e o Último Dragão) | <input type="checkbox"/> | (13) |
| Tiana (A Princesa e o Sapo) | <input type="checkbox"/> | (14) |
| Yasmin (Aladdin) | <input type="checkbox"/> | (15) |
| Não sei | <input type="checkbox"/> | (16) |
| Outra princesa. Qual? _____ | <input type="checkbox"/> | (17) |

7. É a tua princesa favorita porquê? (Podes responder mais do que uma opção)

- | | | |
|---|--------------------------|-----|
| É bonita | <input type="checkbox"/> | (a) |
| É divertida | <input type="checkbox"/> | (b) |
| É aventureira | <input type="checkbox"/> | (c) |
| É corajosa | <input type="checkbox"/> | (d) |
| É rica | <input type="checkbox"/> | (e) |
| É bondosa | <input type="checkbox"/> | (f) |
| É inteligente | <input type="checkbox"/> | (g) |
| É sensível | <input type="checkbox"/> | (h) |
| É a que mais é parecida comigo de corpo ou cara | <input type="checkbox"/> | (i) |
| Tem um passatempo igual ao meu | <input type="checkbox"/> | (j) |

Por outras razões. Qual(is)?

	(k)
--	-----

8. E a seguir à tua princesa favorita, qual ou quais as que mais gostas? (Podes responder mais do que uma opção)

Aurora (A Bela Adormecida)

Anna (Frozen)

Ariel (A Pequena Sereia)

Branca de Neve (Branca de Neve e os Sete Anões)

Bela (A Bela e o Monstro)

Cinderela

Elsa (Frozen)

Merida (Brave)

Moana

Mulan

Pocahontas

Rapunzel (Entrelaçados)

Raya (Raya e o Último Dragão)

Tiana (A Princesa e o Sapo)

Yasmin (Aladdin)

Não sei

Outra. Qual? _____

	(a)
	(b)
	(c)
	(d)
	(e)
	(f)
	(g)
	(h)
	(i)
	(j)
	(k)
	(l)
	(m)
	(n)
	(o)
	(p)
	(q)

9. Costumas brincar a fingir que és uma princesa? (Assinala apenas uma opção). Se responderes “Não” passa para a pergunta 11.

Sim

Não

Não sei

	(1)
	(2)
	(3)

9.1 Se sim, qual ou quais as princesas que finges ser? (Podes responder mais do que uma opção)

- | | | |
|---|--------------------------|-----|
| Aurora (A Bela Adormecida) | <input type="checkbox"/> | (a) |
| Anna (Frozen) | <input type="checkbox"/> | (b) |
| Ariel (A Pequena Sereia) | <input type="checkbox"/> | (c) |
| Branca de Neve (Branca de Neve e os Sete Anões) | <input type="checkbox"/> | (d) |
| Bela (A Bela e o Monstro) | <input type="checkbox"/> | (e) |
| Cinderela | <input type="checkbox"/> | (f) |
| Elsa (Frozen) | <input type="checkbox"/> | (g) |
| Merida (Brave) | <input type="checkbox"/> | (h) |
| Moana | <input type="checkbox"/> | (i) |
| Mulan | <input type="checkbox"/> | (j) |
| Pocahontas | <input type="checkbox"/> | (k) |
| Rapunzel (Entrelaçados) | <input type="checkbox"/> | (l) |
| Raya (Raya e o Último Dragão) | <input type="checkbox"/> | (m) |
| Tiana (A Princesa e o Sapo) | <input type="checkbox"/> | (n) |
| Yasmin (Aladdin) | <input type="checkbox"/> | (o) |
| Não sei | <input type="checkbox"/> | (p) |
| Outra. Qual? _____ | <input type="checkbox"/> | (q) |

10. O que fazes para fingires que és uma princesa da Disney? (Podes responder mais do que uma opção)

- | | | |
|---|--------------------------|-----|
| Vestes-te com as roupas das princesas da Disney | <input type="checkbox"/> | (a) |
| Finges que tens um castelo | <input type="checkbox"/> | (b) |
| Finges que tens o mesmo passatempo que as princesas da Disney que mais gostas (ler, fazer tiro ao arco, cantar, pintar, etc.) | <input type="checkbox"/> | (c) |
| Finges que te casas com um príncipe | <input type="checkbox"/> | (d) |
| Finges que governas um país | <input type="checkbox"/> | (e) |
| Finges que andas a cavalo | <input type="checkbox"/> | (f) |
| Imitas os gestos | <input type="checkbox"/> | (g) |
| Imitas o modo de falar | <input type="checkbox"/> | (h) |
| Imitas o modo de andar | <input type="checkbox"/> | (i) |
| Outras coisas que fazes. Quais?
_____ | <input type="checkbox"/> | (j) |

**As perguntas que se seguem servem para dares a tua opinião em relação às
princesas**

11. O que é para ti ser uma princesa? (Podes responder mais do que uma opção)

Ser bonita	<input type="checkbox"/>	(a)
Ter dinheiro	<input type="checkbox"/>	(b)
Ter algum talento (cantar, desenhar, pintar, etc...)	<input type="checkbox"/>	(c)
Ter um castelo	<input type="checkbox"/>	(d)
Ter um príncipe	<input type="checkbox"/>	(e)
Ser corajosa	<input type="checkbox"/>	(f)
Ser aventureira	<input type="checkbox"/>	(g)
Ser divertida	<input type="checkbox"/>	(h)
Ser inteligente	<input type="checkbox"/>	(i)
Ser tímida	<input type="checkbox"/>	(j)
Ser educada	<input type="checkbox"/>	(k)
Ser sensível	<input type="checkbox"/>	(l)
Tratar bem as outras pessoas	<input type="checkbox"/>	(m)
Mandar nas outras pessoas	<input type="checkbox"/>	(n)
Obedecer a outras pessoas	<input type="checkbox"/>	(o)
Outras coisas. Quais? _____ _____	<input type="checkbox"/>	(p)

12. No que é que gostarias de ser ou ter da tua princesa favorita? (Podes responder mais do que uma opção)

Ter o seu namorado	<input type="checkbox"/>	(a)
Ser corajosa	<input type="checkbox"/>	(b)
Ser engraçada	<input type="checkbox"/>	(c)
Ter a sua beleza	<input type="checkbox"/>	(d)
Ser carinhosa	<input type="checkbox"/>	(e)
Ser aventureira	<input type="checkbox"/>	(f)
Ter o seu castelo	<input type="checkbox"/>	(g)
Ter o seu passatempo	<input type="checkbox"/>	(h)

Ter a sua roupa

(i)

Outras coisas que gostarias de ter/ser. Quais? _____

(j)

13. Há alguma coisa que tu aches que as princesas da Disney não conseguem fazer, mas tu consegues? Se sim, que coisas?

14. Das seguintes afirmações, assinala se concordas (Sim) ou não concordas (Não)

Sim Não Não sei

As princesas da Disney são fortes.

			(1)
--	--	--	-----

As princesas da Disney são bondosas.

			(2)
--	--	--	-----

As princesas da Disney são inteligentes.

			(3)
--	--	--	-----

As princesas da Disney são bonitas.

			(4)
--	--	--	-----

As princesas da Disney precisam de príncipes.

			(5)
--	--	--	-----

As meninas precisam de ser bonitas para serem princesas da Disney.

			(6)
--	--	--	-----

As meninas e os meninos gostam de brincar a fingir que são princesas.

			(7)
--	--	--	-----

As princesas da Disney parecem-se fisicamente com pessoas reais.

			(8)
--	--	--	-----

15. Qual é a princesa da Disney que achas que é mais forte? (Assinala apenas uma opção)

- | | | |
|---|--------------------------|------|
| Aurora (A Bela Adormecida) | <input type="checkbox"/> | (1) |
| Anna (Frozen) | <input type="checkbox"/> | (2) |
| Ariel (A Pequena Sereia) | <input type="checkbox"/> | (3) |
| Branca de Neve (Branca de Neve e os Sete Anões) | <input type="checkbox"/> | (4) |
| Bela (A Bela e o Monstro) | <input type="checkbox"/> | (5) |
| Cinderela | <input type="checkbox"/> | (6) |
| Elsa (Frozen) | <input type="checkbox"/> | (7) |
| Merida (Brave) | <input type="checkbox"/> | (8) |
| Moana | <input type="checkbox"/> | (9) |
| Mulan | <input type="checkbox"/> | (10) |
| Pocahontas | <input type="checkbox"/> | (11) |
| Rapunzel (Entrelaçados) | <input type="checkbox"/> | (12) |
| Raya (Raya e o Último Dragão) | <input type="checkbox"/> | (13) |
| Tiana (A Princesa e o Sapo) | <input type="checkbox"/> | (14) |
| Yasmin (Aladdin) | <input type="checkbox"/> | (15) |
| Não sei | <input type="checkbox"/> | (16) |
| Outra. Qual? _____ | <input type="checkbox"/> | (17) |

16. Qual é a princesa da Disney que achas que é mais inteligente? (Assinala apenas uma opção)

- | | | |
|---|--------------------------|------|
| Aurora (A Bela Adormecida) | <input type="checkbox"/> | (1) |
| Anna (Frozen) | <input type="checkbox"/> | (2) |
| Ariel (A Pequena Sereia) | <input type="checkbox"/> | (3) |
| Branca de Neve (Branca de Neve e os Sete Anões) | <input type="checkbox"/> | (4) |
| Bela (A Bela e o Monstro) | <input type="checkbox"/> | (5) |
| Cinderela | <input type="checkbox"/> | (6) |
| Elsa (Frozen) | <input type="checkbox"/> | (7) |
| Merida (Brave) | <input type="checkbox"/> | (8) |
| Moana | <input type="checkbox"/> | (9) |
| Mulan | <input type="checkbox"/> | (10) |
| Pocahontas | <input type="checkbox"/> | (11) |

Rapunzel (Entrelaçados)	<input type="checkbox"/>	(12)
Raya (Raya e o Último Dragão)	<input type="checkbox"/>	(13)
Tiana (A Princesa e o Sapo)	<input type="checkbox"/>	(14)
Yasmin (Aladdin)	<input type="checkbox"/>	(15)
Não sei	<input type="checkbox"/>	(16)
Outra. Qual? _____	<input type="checkbox"/>	(17)

17. Qual é a princesa da Disney que achas que é a mais bonita? (Assinala apenas uma opção)

Aurora (A Bela Adormecida)	<input type="checkbox"/>	(1)
Anna (Frozen)	<input type="checkbox"/>	(2)
Ariel (A Pequena Sereia)	<input type="checkbox"/>	(3)
Branca de Neve (Branca de Neve e os Sete Anões)	<input type="checkbox"/>	(4)
Bela (A Bela e o Monstro)	<input type="checkbox"/>	(5)
Cinderela	<input type="checkbox"/>	(6)
Elsa (Frozen)	<input type="checkbox"/>	(7)
Merida (Brave)	<input type="checkbox"/>	(8)
Moana	<input type="checkbox"/>	(9)
Mulan	<input type="checkbox"/>	(10)
Pocahontas	<input type="checkbox"/>	(11)
Rapunzel (Entrelaçados)	<input type="checkbox"/>	(12)
Raya (Raya e o Último Dragão)	<input type="checkbox"/>	(13)
Tiana (A Princesa e o Sapo)	<input type="checkbox"/>	(14)
Yasmin (Aladdin)	<input type="checkbox"/>	(15)
Não sei	<input type="checkbox"/>	(16)
Outra. Qual? _____	<input type="checkbox"/>	(17)

18. Qual é a princesa que achas que é a mais bondosa? (Assinala apenas uma opção)

Aurora (A Bela Adormecida)	<input type="checkbox"/>	(1)
Anna (Frozen)	<input type="checkbox"/>	(2)
Ariel (A Pequena Sereia)	<input type="checkbox"/>	(3)
Branca de Neve (Branca de Neve e os Sete Anões)	<input type="checkbox"/>	(4)
Bela (A Bela e o Monstro)	<input type="checkbox"/>	(5)

Cinderela	<input type="checkbox"/>	(6)
Elsa (Frozen)	<input type="checkbox"/>	(7)
Merida (Brave)	<input type="checkbox"/>	(8)
Moana	<input type="checkbox"/>	(9)
Mulan	<input type="checkbox"/>	(10)
Pocahontas	<input type="checkbox"/>	(11)
Rapunzel (Entrelaçados)	<input type="checkbox"/>	(12)
Raya (Raya e o Último Dragão)	<input type="checkbox"/>	(13)
Tiana (A Princesa e o Sapo)	<input type="checkbox"/>	(14)
Yasmin (Aladdin)	<input type="checkbox"/>	(15)
Não sei	<input type="checkbox"/>	(16)
Outra. Qual? _____	<input type="checkbox"/>	(17)

19. Quais são as atividades que tu achas que as princesas gostam? (Podes responder mais do que uma opção)

Ler	<input type="checkbox"/>	(a)
Cozinhar	<input type="checkbox"/>	(b)
Fazer desporto	<input type="checkbox"/>	(c)
Cantar	<input type="checkbox"/>	(d)
Desenhar/Pintar	<input type="checkbox"/>	(e)
Estudar	<input type="checkbox"/>	(f)
Maquilhar /pentear	<input type="checkbox"/>	(g)
Lutar	<input type="checkbox"/>	(h)
Descansar	<input type="checkbox"/>	(i)
Cuidar das outras pessoas	<input type="checkbox"/>	(j)
Outra. Qual? _____	<input type="checkbox"/>	(k)

20. Se a Disney lançar um novo filme de princesas, que tipo de princesa gostavas de ver nesse filme?

O questionário termina aqui! Obrigada por colaborares.

